

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

MÉMOIRE PRÉSENTÉ À  
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME

PAR  
CAROLINE LEGAULT

LA MÉDIATION CULTURELLE DANS LES INSTITUTIONS MUSÉALES ET  
PATRIMONIALES QUÉBÉCOISES, UN PLAN D'ACTION À DÉCOUVRIR.

JUIN 2009

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

## *Sommaire*

Depuis le début des années 2000, nous retrouvons une plus grande préoccupation en ce qui a trait à la médiation culturelle. Ce mémoire de maîtrise s'attarde sur ce concept à l'intérieur des institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec. Rosaire Garon (2004) estime que 30% de la population est absente de toutes pratiques culturelles dites classiques telles que le théâtre, le spectacle classique, les musées, etc. Plusieurs milieux sont également préoccupés par la question à tel point que diverses rencontres ont lieu sur le sujet de la médiation culturelle. Différents types d'études ont également été produits dans différents champs connexes : les pratiques culturelles, les publics des musées, la réception des stratégies muséologiques et sur la médiation culturelle. Toutefois, ces derniers ne se sont concentrés que sur l'art contemporain ou actuel et sur les grands centres. Dans le cadre de cette présente étude, notre objectif est de comprendre le processus de médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec. En fait, cinq régions ont été visitées et dix intervenants (guides, médiateurs, etc.) ont été observés et interviewés. Les interactions entre les visiteurs de ces lieux avec soit le "médiateur", les objets ou encore avec le lieu en question ont été étudiées. Dans un deuxième temps, une entrevue semi-dirigée a été réalisée avec le médiateur observé. Les questions portaient sur ce que fait le médiateur, ses interactions avec les visiteurs et sa vision de l'avenir du métier. Les résultats de la recherche font apparaître des fonctions propres au processus de médiation culturelle, qui s'articule selon deux logiques. En effet, il se dégage une logique plutôt « institutionnalisante » des musées et une plutôt de décentralisation des œuvres.

## *Table des matières*

Sommaire .....	ii
Liste des figures .....	vii
Remerciements .....	viii
Introduction .....	1
CHAPITRE 1: CONTEXTE THÉORIQUE .....	5
Définition du problème de recherche .....	6
L'origine.....	6
Divers milieux préoccupés par la question .....	6
Historique des collections et des musées .....	7
Enquête sur les pratiques culturelles .....	10
Études des publics .....	10
Études de réception.....	11
Recension des écrits .....	13
Ce qu'est la médiation culturelle.....	13
Entre deux logiques d'actions publiques : démocratisation de la culture et démocratie culturelle. ....	15
Intermédiaire ou effet de mode.....	16
État des connaissances.....	17
Première sphère : Fondements idéologiques de la médiation culturelle.....	19
Nathalie Dussault .....	19
Deuxième sphère : Démocratisation de la culture et démocratie culturelle .....	20
Isabelle Beauvais .....	20
Troisième sphère : Fonctions de la médiation culturelle muséale .....	22
Sylvie Lacerte.....	22

Ève Dorais.....	24
Delphine Bonnardot.....	26
Retour sur les études.....	27
D'autres études... ..	29
Cadre d'analyse.....	30
Notre définition de la médiation culturelle .....	36
Problème spécifique .....	36
Objectifs de la recherche.....	37
Question de recherche .....	37
Questions spécifiques .....	37
CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE .....	38
Stratégie de recherche et méthode.....	39
La population et l'échantillon.....	40
L'instrumentation et la collecte des données .....	42
Déroulement.....	48
L'analyse des données.....	50
L'éthique.....	52
CHAPITRE 3 : RÉSULTATS .....	53
Accueil physique et personnel des lieux .....	54
Parcours .....	55
Poste occupé et place dans l'organigramme du lieu.....	56
La perception de leur métier .....	59
Les tâches au quotidien et la place des fonctions de médiation à travers les autres fonctions.....	60
Les actions particulières à la médiation culturelle .....	63
La notion de témoin.....	72

Le rôle des anecdotes et des légendes .....	72
Commentaires des visiteurs face au travail des médiateurs .....	73
Retombées des activités mises en place .....	74
Importance du métier .....	77
Perspectives d'avenir .....	80
CHAPITRE 4 : INTERPRÉTATION ET DISCUSSION.....	86
1) Communication .....	87
2) Transmission .....	88
3) Interprétation .....	90
4) Animation .....	91
5) Éducation .....	92
6) Accessibilité .....	93
7) Diffusion .....	94
8) Développement des activités et des stratégies d'actions .....	95
9) Réception des œuvres ou du lieu chez les visiteurs.....	96
10) Adaptation.....	98
11) Appropriation.....	101
12) Gestion .....	102
13) Promotion .....	102
14) Conseil.....	103
15) Soutien.....	104
Notre modèle du processus de la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec .....	105
Notion de confiance.....	108
Notion de sensibilisation .....	109
Deux logiques de la médiation culturelle : décentralisation et institutionnalisante. ....	110

Conclusion .....	113
Références.....	118
APPENDICE A : Guide d'entretien.....	125
APPENDICE B : Fiche explicative et de consentement .....	129

### *Liste des figures*

	Page
Figure 1. Le modèle systémique de la situation d'interprète-animateur-récréologue.....	35
Figure 2. Opérationnalisation des variables.....	45
Figure 3. Type d'organisations visitées selon la région administrative et selon les critères de la Société des musées québécois.....	49
Figure 4. Poste occupé selon le type d'organisation et selon la région.....	57
Figure 5. Univers du médiateur culturel, ses fonctions et compétences.....	85
Figure 6. Modèle interprétatif du processus de la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec.....	107



### *Remerciements*

Je tiens tout d'abord à remercier mes directeurs de recherche, Monsieur Gilles Pronovost et Monsieur Michel de la Durantaye, sans qui, cette recherche n'aurait su voir le jour. Vos conseils judicieux et constructifs ont su faire évoluer ma réflexion et mon étude. Votre intérêt envers celle-ci a été des plus motivant et gratifiant. Peut-être sans le savoir, vos commentaires et vos encouragements ont su calmer mes questionnements et mes tourments. Un merci tout spécial à Madame Chantal Royer, mes nombreuses visites à votre bureau empreintes de votre sourire, de votre disponibilité et de vos multiples ressources m'ont apporté réconfort, motivation et donné le goût de continuer même quand je n'étais plus certaine de rien. Merci aussi aux professeurs qui m'ont enseigné ou encouragé tout au long de mon parcours. Vous êtes nombreux à avoir allumé ou réveillé l'étincelle. Vous avez également contribué, par vos visions, à me faire cheminer tant intellectuellement que pratiquement. Je tiens aussi à remercier les dix institutions qui se sont volontairement prêtées à cette étude, votre disponibilité, votre intérêt et votre générosité ont été des plus agréables! Maman, Papa, merci! Bien que quelques centaines de kilomètres nous séparent, vous m'avez toujours soutenu, encouragé et écouté. Vous m'avez appris la détermination et le courage d'aller jusqu'au bout de mes rêves. Philippe, mon chéri, merci de toujours croire en moi et de me suivre dans mes projets et dans mes rêves. Finalement, un clin d'œil amical à mes amies qui ont su me réconforter, me motiver et me donner confiance que j'étais sur la bonne voie.

Merci à chacun d'être ce que vous êtes...

## *Introduction*

Le projet de recherche élaboré dans le cadre de la Maîtrise en loisir, culture et tourisme a pris naissance à partir de plusieurs constats qui se sont accumulés. C'est avec les années de visites au sein de diverses institutions muséales et patrimoniales, les études antérieures, mais également selon les propos de Rosaire Garon que le problème prend forme. Un questionnement subsiste quant au faible taux de fréquentation des lieux culturels. L'ombre d'une solution apparaît avec la médiation culturelle.

C'est ainsi qu'à travers cette étude, l'objectif de recherche est de comprendre le processus de médiation culturelle dans les lieux muséaux et patrimoniaux québécois. Alliant un désir de comprendre le rôle, les tâches, les fonctions des médiateurs culturels ou des acteurs culturels jouant ce rôle, mais également les mécanismes que ces derniers utilisent, nous nous intéressons aussi aux interactions entre le public et ces acteurs culturels. Enfin, nous tentons de comprendre la réception des actions de médiation sur les visiteurs de ces lieux. Tel que nous le verrons, les études ayant traité de la question se sont davantage concentrées à l'univers de l'art contemporain ou actuel. De plus, ces études se sont soit intéressées à la région montréalaise ou soit aux grandes villes.

Dans notre étude, nous privilégions des régions du Québec étant donné qu'elles ne semblent pas avoir été traitées, mais également à cause du vaste bassin de population des grandes villes qui permet une affluence certaine des lieux culturels choisis. En d'autres termes, les grandes villes telles que Montréal possèdent un lot de

visiteurs suffisamment grand qui permet aux musées de survivre bien que l'affluence ne soit pas constante.

Le premier chapitre définit le problème de recherche. En partant de l'origine du problème de recherche, nous exposons aussi un état de la situation quant à l'intérêt pour la médiation culturelle. Nous y présentons également un bref historique des collections et des musées de manière à bien cerner l'enjeu de la médiation culturelle à travers ces lieux. Par la suite, étant donné qu'il s'agit, pour certains, d'un nouveau métier, et que peu d'études ont été élaborées sur le sujet, nous dresserons un portrait des études sur les pratiques culturelles, sur les publics, mais aussi sur la réception. C'est ensuite que nous entrerons dans le vif du sujet, la recension des écrits ainsi que l'état des connaissances sur la médiation culturelle. Enfin, le cadre d'analyse, le problème spécifique, l'objectif de recherche, la question et les questions spécifiques viennent clore le chapitre.

Le deuxième chapitre présente la méthodologie de l'étude. Elle est constituée de deux collectes de données. D'une part, des observations libres ont été menées afin de comprendre les mécanismes de médiation culturelle à travers les actions ou les activités préétablies par l'acteur culturel. Les interactions entre les visiteurs et le médiateur culturel ont été ainsi observées. Afin de mieux comprendre le rôle du médiateur culturel et de mieux saisir ce que nous avons observé, des entretiens semi-dirigés complètent les données. La collecte de données s'est déroulée de la mi-juillet à la mi-août 2008. Nous avons rencontré dix répondants. C'est ensuite à l'aide de matrices ou de tableaux que les résultats ont été compilés selon diverses catégories.

Une méta-matrice bâtie à l'aide de la matrice sur les observations et de celle sur les entretiens fait apparaître les résultats.

Le troisième chapitre présente les résultats des observations et des entretiens tenus avec les informateurs. Ce chapitre est élaboré selon la chronologie des entretiens, mais également de la manière dont se déroule une visite guidée. En d'autres termes, le chapitre débute par l'accueil physique et personnel des lieux. Par la suite, nous retracerons le parcours des informateurs, le poste qu'ils occupent et leur place dans l'organigramme du lieu. La distinction des perceptions qu'ils ont entre l'animation, l'éducation et le guidage est vue dans la partie intitulée « La perception de leur métier ». Les répondants ont décrit leurs tâches quotidiennes et celles ayant trait à la médiation culturelle. Nous verrons aussi qu'il existe, pour certains, des activités particulières à la médiation culturelle. Pour plusieurs médiateurs, certaines stratégies sont importantes et jouent un rôle spécifique. Nous avons également discuté des retombées des activités mises en place avec les médiateurs. Le dernier thème abordé avec eux consistait à savoir l'importance du métier ainsi que les perspectives d'avenir pour la médiation culturelle, selon eux. Enfin, nous proposons un éventail des fonctions de la médiation culturelle dans les lieux visités.

Le quatrième chapitre exhibe une interprétation et une discussion des fonctions vues à la fin du chapitre précédent. Nous les explicitons les unes après les autres, faisons des liens avec les études présentées dans le premier chapitre et nous dévoilons notre modèle du processus tel que nous le comprenons. Nous discutons également de la logique où s'insère, selon nous, la médiation culturelle.

## CHAPITRE 1

### CONTEXTE THÉORIQUE

## **Définition du problème de recherche**

### **L'origine**

Mon questionnement consiste à m'interroger sur la manière dont les institutions muséales et patrimoniales s'organisent pour pallier le problème de faible fréquentation de leurs lieux. Face à ce problème, je souhaite mener ma recherche pour comprendre les moyens utilisés afin, idéalement, d'enrayer cette statistique du paysage muséologique et patrimonial québécois. La médiation culturelle m'apparaît comme étant une solution à envisager pour plusieurs raisons. Les études sur les pratiques culturelles, tant québécoises que françaises, démontrent bien l'écart qui perdure entre les publics et les non-publics. Aussi, qui n'a jamais entendu dire que le musée ou l'art ne sont que pour les initiés ou pour l'élite? Ou, que ce que l'on a devant les yeux, un enfant serait capable de faire mieux. La médiation culturelle est une nécessité afin de donner « la possibilité de développer [le] jugement afin [de pouvoir] déterminer les raisons de [l'] appréciation ou [du] non-intérêt pour une œuvre ou pour une autre » (Lacerte dans Fontan & Quintas, 2007, p.18).

### **Divers milieux préoccupés par la question**

Mais aussi, il semblerait que les acteurs de divers milieux, tant culturels, municipaux que gouvernementaux soient intéressés par la question. En effet, depuis 2001 mais davantage depuis 2006, les colloques ou rencontres autour de cette action ou stratégie culturelle abondent. Culture Montréal, Les Arts et la Ville, Culture pour

tous, le Conseil des Arts du Canada, les rencontres sur la médiation culturelle, le Groupe de recherche sur la médiation culturelle n'en sont que quelques exemples.

Concernant Les Arts et la Ville, ces derniers ont d'ailleurs élaboré un Guide pratique sur la médiation culturelle au cours de la dernière année. Aussi, la revue scientifique *Lien social et Politique*<sup>1</sup> a lancé son numéro à l'automne 2008 sur cette même question. Finalement, la ville de Trois-Rivières s'est penchée davantage sur la nécessité de la médiation culturelle en adoptant dès 2003, son Programme de lutte contre l'exclusion culturelle en rendant la culture et l'art accessibles aux citoyens vivant des problématiques de divers ordres nuisant à leur participation culturelle. Elle entend aussi sensibiliser « les milieux culturels, communautaires et scolaires, à l'importance des arts et de la culture dans le développement de la citoyenneté chez l'individu » (Brisebois, 2003, p. 6).

### **Historique des collections et des musées**

Bien qu'on s'intéresse au problème de fréquentation, il semblerait que la perception élitiste ne date pas d'hier. Ainsi, il apparaît important de faire un tour rapide de « l'histoire des musées [car elle] est importante pour comprendre pleinement la nature et la variété de l'univers muséal » (Gob & Drouguet, 2006, p. 22). L'institution muséale n'a pas toujours existé. Lorsque l'on remonte dans le temps, on se souvient que les époques de l'Antiquité et du Moyen-âge présentaient des collections d'œuvres et d'objets de toutes sortes, et ce, pour diverses raisons telles que par curiosité, par volonté de possession et de puissance, mais aussi par

---

<sup>1</sup> Le Bihan-Youinou, Blanche & Jacob, Louis (sous la dir.) (2008). *La médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques*, Lien social et Politiques, no 60, automne 2008.



sentiment de compétition (posséder la dernière pièce manquante). Ces collections étaient gardées dans des endroits qualifiés de personnels, où tout un chacun n'avait pas nécessairement accès : « les enceintes des temples, les établissements thermaux, les palais impériaux et les jardins des villas. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 23).

Ensuite, ce sont les objets tant ecclésiastiques que ceux trouvés dans les monastères ou encore les œuvres d'art religieux qui ont constitué les collections moyenâgeuses. Encore une fois, rares étaient ceux qui étaient montrés. Mais c'est « dès le XIII<sup>e</sup> siècle en Italie, à partir du XIV<sup>e</sup> ailleurs [que] les rois et les princes se mettent à rassembler de grandes collections où se côtoient livres précieux, orfèvrerie, ivoires, objets exotiques et curiosités. C'est la première Renaissance. » (*Ibid*). Ces collections « sont [d'ailleurs] à l'origine des principaux musées italiens actuels. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 24). À cette époque, les collections du Vatican commencent à être montrées au public. Ensuite, les cabinets d'art et de curiosités royaux et princiers arrivent avec les guerres et les conquêtes. Des catalogues sont aussi publiés.

Le musée public s'élabore tranquillement pendant les XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles répondant ainsi

« à une nécessité sociale : les fondements de la collection privée, les raisons de collectionner ne coïncident pas avec les missions que la société assigne alors, de façon plus ou moins implicite, au musée. [En d'autres mots] si le musée s'ouvre au public, s'il passe de la propriété du prince à celle de l'État, c'est que cela est nécessaire pour satisfaire les attentes de la société, qui elle-même évolue, à l'égard du musée. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 26).

Toutefois, l'histoire démontre que c'est avec le contexte de la Révolution française, où la population était en revendication et en révolte face au système monarchique, que le peuple a fait connaître ses attentes en matière muséale. Entre autres, la population souhaite « préserver, conserver, sauver le patrimoine (menacé par le vandalisme), s'approprier l'héritage des rois, des aristocrates, de l'église, des abbayes pour le donner à voir au peuple, à la nation, éduquer le peuple, former le goût des artistes [...], édifier le peuple, justifier la nation, etc. » (*Ibid*). À cette même période, les bases de la muséologie moderne sont établies. Elles rencontrent les attentes du peuple. En effet, il s'agit de « la responsabilité collective à l'égard du patrimoine, le rôle des pouvoirs publics, la nécessité du musée comme conservatoire, son rôle didactique. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 27-28).

Au XIX<sup>e</sup> siècle, les musées d'art contemporain ouvrent leurs portes. Ils rassemblent « les artistes vivants, les romantiques, les peintres d'histoire » (*Ibid*). Donc, tous ceux qui ne sont pas admis aux Salons, qui ne privilégiaient que les classiques. D'ailleurs, « la présentation des musées d'art [de ce siècle] reste caractérisée par son élitisme. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 31). Ainsi, divers musées locaux sont créés en Europe, de manière plus populaire. Enfin, bien que le début du XX<sup>e</sup> siècle amène son lot d'activités plus appliquées au niveau muséal, « les préoccupations didactiques, l'intérêt pour le public qui caractérisent très tôt les musées américains, y compris les musées d'art, semblent laisser les conservateurs européens indifférents. » (Gob & Drouguet, 2006, p. 33). Toutefois, la « nouvelle muséologie » tente, depuis les trente dernières années, de séduire les publics, que ce

soit par les architectures des nouveaux musées, par les stratégies de communication, par les activités qu'elle organise, etc.

### **Enquête sur les pratiques culturelles**

Les enquêtes gouvernementales, tant québécoises que françaises, sur les pratiques culturelles des citoyens aident à mieux les connaître et aussi à savoir qui sont les publics qui fréquentent ces lieux. En effet, tel que souligné précédemment, nous nous trouvons face à un problème de fréquentation des lieux culturels. Les abonnés et les publics de la culture sont de plus en plus vieillissants et ne se renouvellent pas. Les publics sont plus fortement scolarisés et ont un meilleur revenu et leurs pratiques dépendent aussi de l'âge, du sexe, de l'espace et de la proximité des équipements (Goldstein & Bigot, 2007; Garon, 2004; Llaty, Brignatz & Mariottini, 2003; Donnat, 1997). On conclut que des publics sont exclus de toute forme de culture, que d'autres sont des omnivores, que les taux de participation stagnent et chutent en ce qui concerne les pratiques classiques (Garon 2004; Donnat, 1997; Donnat 1994). L'avènement des technologies de l'information et des communications ont apporté des bienfaits, mais on remarque qu'il y a un repli sur l'espace domestique (Garon, 2004).

### **Études des publics**

En ce qui concerne les publics, une étude réalisée par Bernadette Goldstein et Régis Bigot présente un questionnaire divisé en trois parties dont la dernière

s'intéresse à l'image que se font les français des musées. En effet, les questions suivantes ont été posées : « Les musées sont-ils des endroits chaleureux? Sont-ils réservés à une élite? Sont-ils ennuyeux? Est-ce un plaisir d'aller au musée? Les musées permettent-ils de mieux comprendre la société? » (Goldstein & Bigot, 2007 dans Eidelman, Roustan & Goldstein, 2007, p. 47). Les conclusions de cette série de questions révèlent que les musées sont des lieux intéressants, mais peu chaleureux, plusieurs rejettent qu'ils soient réservés que pour une élite et qu'ils n'intéressent pas les enfants. Au niveau de la pédagogie, la moitié des enquêtés affirment qu'ils sont laissés à eux-mêmes au musée, qu'il n'y a pas assez d'explications sur les expositions et sur les œuvres.

### **Études de réception**

Bien que l'on connaisse les publics, diverses études sur la réception ou les objets y servant ont été élaborées telles que :

*L'impact du discours muséographique sur les visiteurs d'une exposition* (Poli & Houbart dans Eidelman, Roustan & Goldstein, 2007), il s'agit d'une étude demandée par le musée présentant l'exposition *L'Art italien et la Metafisica. Le Temps de la mélancolie 1912-1935*, présentée au musée de Grenoble de mars à juin 2005. Le musée a demandé à l'Université Pierre-Mendès-France de Grenoble de « réaliser une évaluation qui réponde aux deux objectifs de ce label : obtenir des données quantitatives et qualitatives tangibles sur les publics de l'Exposition et évaluer auprès des visiteurs les effets des dispositifs muséographiques conçus à cette

occasion » (Poli & Houbart, 2007, p. 185.). En fait, les professionnels du musée voulaient comprendre si les stratégies choisies avaient rencontré les attentes du public et s'ils avaient envie de revenir.

*Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement* (Béra & Paris dans Eidelman, Roustan & Goldstein, 2007). L'étude est divisée en trois. Dans un premier temps, les chercheurs s'intéressent au livre d'or comme moyen pour le visiteur de se définir dans le musée. En fait, ils analysent les commentaires des visiteurs faits dans le livre d'or de manière à connaître les connaissances et les contenus implicites et explicites qui s'en dégagent. Dans un deuxième temps, les chercheurs dressent « un inventaire des usages du livre d'or par les établissements culturels » (Béra & Paris, 2007, p. 199). Dans un troisième temps, l'étude est « consacrée à l'usage des analyses de livres d'or dans la définition des stratégies d'établissements culturels » (Ibid).

*Expérience de visite et dispositifs participatifs. La place du corps dans la perception du propos de l'exposition* (Candito & Miège dans Eidelman, Roustant & Goldstein, 2007). En ce qui a trait à cette étude, il s'agit d'évaluer la muséographie de deux expositions qui impliquent corporellement le visiteur. Les chercheurs ont tenté de comprendre comment les choix muséographiques influencent ou jouent sur la réception de l'exposition chez le visiteur.

*Chaque visite d'exposition est une expérience unique? La réception de quatre expositions aux Galeries nationales du Grand Palais* (O'Neill dans Eidelman, Roustant & Goldstein, 2007). Tel que le titre l'indique, cette étude vise à comprendre la réception chez le public de quatre expositions. L'auteure propose deux hypothèses

: la visite d'une exposition comme étant une expérience unique ou comme étant une expérience normée. Bien entendu, chacune des hypothèses est discutée et alimentée de données.

Nous venons de présenter les diverses formes d'études qui existent sur les pratiques culturelles, sur les publics ainsi que sur la réception des stratégies muséographiques sur le public. La prochaine partie présentera une recension des écrits qui s'attardera sur le concept de la médiation culturelle. Dans un premier temps, nous tenterons de définir la médiation culturelle, selon les propos de divers intervenants et chercheurs dans le domaine de la culture. Ensuite, nous expliciterons où se situe la médiation culturelle, au cœur de deux logiques d'actions publiques. Nous reviendrons également sur l'interprétation dont chacun fait de la médiation culturelle. À savoir, est-ce qu'il s'agit d'un métier intermédiaire de la culture ou bien si le terme n'est qu'un effet de mode?

### **Recension des écrits**

#### **Ce qu'est la médiation culturelle**

Il apparaît maintenant important de définir ce qu'est la médiation culturelle et la manière dont elle sera traitée dans ce travail de recherche. D'entrée de jeu, lorsque nous entendons « médiation » le mot « problème » l'accompagne immédiatement. Le médiateur culturel joue le rôle de l'entre-deux, tentant de concilier, de rapprocher les arts ou le musée et les publics ou les non-publics (Six, 2003; Caune, 1999). Il agit comme un « système assurant le relais d'une transmission » (Mucchielli, 1969, p.

125). D'ailleurs, dans sa thèse de doctorat, Sylvie Lacerte<sup>2</sup> définit précisément le terme de médiation culturelle. Elle y voit trois autres formes de médiation, religieuse, sociale et technique. Ces dernières forment un tout constitué d'une importance de liaison entre les œuvres et le visiteur ou l'artiste et le visiteur par une interprétation ou par une traduction générant une transmission de savoir atténuant ainsi le conflit. La dimension technique, selon Lacerte, a trait, d'une part, à la sphère de la création et, d'autre part, à la chaîne de distribution, en partant de l'atelier de l'artiste jusqu'au lieu d'exposition.

Bien qu'il y ait plusieurs tendances quant aux définitions de la médiation culturelle (Jacob & Le Bihan-Youinou, 2008) il semble y avoir un consensus sur la nature du terme. Effectivement, la fonction d'action ou de stratégie culturelle faisant le lien entre les œuvres et le public ou le non-public et entre les visiteurs et l'artiste apparaît comme étant la définition possible quant à l'objet de recherche. De plus, plusieurs études sur les pratiques culturelles, mais aussi sur les publics de la culture font foi de l'intérêt et de la sensibilité aux problématiques quotidiennes freinant la pratique et la fréquentation culturelles qui sont également prépondérantes dans les définitions observées quant à la réunion des deux sphères éloignées.

La définition que Jean-Paul Baillargeon donne du médiateur culturel en fait foi : le médiateur culturel assure « une pérennité entre le passé et le présent, adaptant, modifiant ce passé selon les préoccupations et les problématiques du moment et du groupe, sélectionnant dans ce passé ce qui convient aux préoccupations, au moment

---

<sup>2</sup> Lacerte, S. (2004). *La médiation de l'art contemporain*. Thèse de doctorat études et pratiques des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.

ou au groupe donnés, et qui peut avoir une notion de pérennité » (Baillargeon, 2007, p. 558). Il ajoute que le médiateur culturel est « celui qui donne un certain accès [...] à des œuvres... » (Baillargeon, 2007, p. 559). Toujours selon Baillargeon, l'idée de transmission est importante dans la médiation culturelle. D'ailleurs, il cite Debray qui dit que « nous transmettons pour ce que nous vivons, croyons et pensons ne meure pas avec nous » (Debray, 1997, p.17-18 dans Baillargeon, 2007, p. 557). Bernard Lamizet parle aussi de cette notion de pérennité, il entend que celle-ci constitue à la fois un impératif culturel, mais également politique, car elle « assure l'existence d'un langage et d'un système de significations et de représentations » (Lamizet, 1997, p. 10). De plus, la médiation est nécessaire pour que les pratiques culturelles « fassent l'objet d'une réception, d'une appropriation et d'une interprétation par tous ceux à qui elles sont destinées, et pour qui elles sont censées représenter des formes du lien social » (Lamizet, 1997, p. 31). Dans le cadre de cette recherche nous comprenons la transmission comme étant la sauvegarde d'un savoir ou d'une connaissance afin d'en assurer la pérennité.

### **Entre deux logiques d'actions publiques : démocratisation de la culture et démocratie culturelle.**

Une fois la médiation culturelle et la raison de son importance définies, il devient impératif de les situer dans les volontés des institutions et des publics. Tel que mentionné précédemment, la médiation culturelle concilie deux sphères éloignées : les publics et les institutions ou les œuvres. En 2000, apparaissait un ouvrage présentant « deux logiques d'action publique », la démocratisation de la



culture et celle de la démocratie culturelle. Dans le cadre de ce travail de recherche, il sera question de la médiation culturelle comme étant au cœur même de ces deux logiques et c'est ainsi qu'elle sera comprise tout au long de l'étude. D'une part, on y retrouve une volonté de l'État (ou de l'institution) à assurer l'accessibilité à tous, aux institutions culturelles. Pour ce faire, la démocratisation de la culture vise à « contrer les inégalités économiques et sociales d'accès [...] par la sensibilisation du public, l'éducation et le développement de la demande » (Santerre dans Bellavance, 2000, p. 48). Et, d'autre part, la démocratie culturelle s'étendant

« aux traditions, au cadre et aux modes de vie [dénonçant] la supériorité d'une forme de culture sur les autres [tout en reconnaissant] la portée sociale de la culture [contribuant] à la revitalisation du lien social, au renforcement de l'identité culturelle, à l'intégration des groupes minoritaires ou des exclus [tout en mettant] un plus fort accent sur l'expression des préférences [et privilégiant une] participation active à la vie culturelle ». (Santerre dans Bellavance, 2000, p. 48-49).

### **Intermédiaire ou effet de mode**

Il apparaît utile de rappeler ici que le terme de médiation culturelle n'est pas perçu de la même manière par tout un chacun. Constitue-t-il un métier intermédiaire de la culture, alliant conservation, éducation, animation ou est-il simplement un nouveau terme à la mode? (Fleury, 2008; Bérardi dans Allard & Lefebvre, 2000). Selon ce questionnement, il s'agirait à tout le moins de le

« définir [...] et de le faire reconnaître et exister. [...] en veillant à ce qu'il ne soit ni un sous-métier [...] ni un simple puzzle de tâches empruntées à divers métiers existants [en ayant] une utilité sociale [et] en délivrant des diplômes spécifiques correspondants [aux compétences et aux tâches qu'il sous-tend] » (Six, 2003, p. 84-85).

Néanmoins, si le terme de médiation culturelle renvoie à une même nature : soit de se retrouver dans un tout, dans un système liant l'intention de rapprocher les publics et la culture, dans ce cas-ci, une exposition en milieu muséal ou patrimonial, il est compris de diverses manières, tant au niveau des fonctions, des actions, mais aussi de ce que l'on y retrouve également. D'ailleurs, Jean-Paul Baillargeon (2007) ajoute qu'il faut qu'il y ait une intention ou un souhait, par le biais de l'activité de médiation quant à son effet attendu sur le public. Sans cette intention, il ne s'agirait pas de médiation culturelle. Effectivement, tout n'est pas médiation. Une simple visite guidée sans intention d'un effet sur le public ne reste qu'une visite guidée. L'animation ou l'atelier, s'il n'est pas constitué d'une intention quant à l'effet désiré n'est pas une médiation. Nous pourrions continuer à identifier des activités, mais le principe semble explicite.

La partie suivante propose un état des connaissances, se voulant le plus actuel possible. Nous sommes néanmoins conscients que certaines études sur le sujet ont pu nous échapper. Aussi, considérant plusieurs facteurs découlant du concept de la médiation culturelle, cet état des connaissances recense des études empiriques sur l'art contemporain. Ce fait pourrait s'expliquer en raison que l'art contemporain est plus difficile d'accès et que les chercheurs s'y sont concentrés. De plus, nous avons tenu à présenter des études de nature empirique afin d'avoir un portrait de ce qui avait déjà été fait.

### **État des connaissances**

En ce qui a trait aux études concernant la médiation culturelle, peu ont été élaborées. Effectivement, les études sur le sujet sont retrouvées dans quelques

mémoires de maîtrise et dans une thèse de doctorat. Bien entendu, il existe une littérature traitant de la médiation culturelle. Toutefois, il s'agit davantage d'essais sur le sujet ou d'ordre plus philosophique, qui se basent moins sur des éléments concrets ou sans en constituer des études de cas.

Par contre, il est à noter que si cet état des connaissances se veut le plus exhaustif possible, il ne peut que s'améliorer étant donné l'intérêt suscité par la question. Les études présentées ici sont à la fois différentes les unes des autres tout en ayant un point commun dans le traitement du sujet. Effectivement, toutes se sont intéressées à l'art contemporain particulièrement. Dans ces études, nous avons identifié trois sphères :

- une plus large étudiant davantage les fondements idéologiques de la médiation en évaluant les enjeux esthétiques sur une période déterminée en lien avec la reconnaissance des artistes choisis;
- une autre faisant le lien entre démocratisation de la culture et démocratie culturelle;
- et enfin, une autre étudiant des fonctions retrouvées dans la médiation culturelle muséale.

## **Première sphère : Fondements idéologiques de la médiation culturelle**

**Nathalie Dussault**

Tout d'abord, l'étude de Nathalie Dussault<sup>3</sup> s'inscrit dans la première sphère. Elle a étudié le sujet selon le discours de médiation retrouvé dans la revue d'art contemporain « Parachute » qui est née à l'intérieur et pour pallier la dualité entre l'art élitiste et l'art populiste. Elle en a fait une étude de cas à l'aide d'articles écrits sur les artistes les plus souvent retrouvés dans cette revue de 1975 à 2000. Pierre Boogaerts, Geneviève Cadieux, Melvin Charney, Betty Goodwin, Robert Racine et Irène Witthome constituent les cas de sa recherche. Dans son mémoire, elle s'intéresse à dégager les principaux fondements idéologiques de ce discours tout en se limitant à évaluer les enjeux esthétiques de périodes en lien avec la reconnaissance des artistes choisis. Au départ, dix-sept textes ont été retenus. Par contre, afin de ne présenter que ceux dont les artistes sont les plus récurrents, le compte final s'établit à six qui sont analysés. Les textes (critique, compte-rendu critique et essai théorique) sont analysés de manière chronologique. Elle affirme qu'ils reflètent le discours de la revue tout en participant à leur insertion dans les contextes sociopolitiques, artistiques et esthétiques par cette médiation faite par des intellectuels. Toutefois, elle affirme que le but de sa recherche n'est pas de faire la critique de cette revue, mais plutôt de la considérer tout simplement comme son outil de recherche choisi. Finalement, l'auteure pose trois constats ressortant de sa recherche. Elle aura permis de faire ressortir la visibilité de certains artistes. La diffusion des textes fournit un

---

<sup>3</sup> Dussault, N. (2005). *Parachute discours de médiation : étude de cas*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.

bien-fondé théorique susceptible d'influencer les choix effectués par les musées, les galeries et des collectionneurs, mais aussi, l'analyse présente la récurrence des thèmes ou des problématiques du post-modernisme. Toutefois, Dussault émet un paradoxe sur lequel il apparaît important de se pencher : d'une part, la revue préconise une politique multiculturelle et favorise le rayonnement des artistes canadiens et québécois ici comme à l'étranger, mais n'y a-t-il pas une menace de perdre notre identité nationale?

## **Deuxième sphère : Démocratisation de la culture et démocratie culturelle**

### **Isabelle Beauvais**

L'étude d'Isabelle Beauvais<sup>4</sup> s'inscrit dans la seconde sphère établie, mais satisfait tout autant les critères de la dernière sphère. En effet, cette auteure étudie également l'effet de l'acquisition de connaissance comme étant en réponse à la crise de l'art contemporain. Voici son étude : *La médiation culturelle dans l'art contemporain dans un contexte de démocratisation de la culture, étude de cas*. Étant donné que pour elle la médiation culturelle s'inscrit comme étant un moyen de démocratiser l'art contemporain en tant qu'elle peut influencer la réception esthétique de l'œuvre d'art contemporaine, elle veut en comprendre l'influence dans un contexte de démocratisation de la culture. De plus, devant l'inconfort des publics face à l'art contemporain, elle veut savoir si l'acquisition de connaissances sur cet art

---

<sup>4</sup> Beauvais, I. (2005). *La médiation culturelle de l'art contemporain dans un contexte de démocratisation de la culture*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.

peut être la réponse à la crise de l'art contemporain. Elle réalise donc son étude auprès des publics en milieu muséal. Elle comprend la médiation culturelle comme englobant : « la dispersion des œuvres, la couleur des murs, le parcours menant à l'œuvre, le cartel, les audioguides, les visites guidées, etc. » (Beauvais, 2005, p. 3). Méthodologiquement, elle a choisi une œuvre de la collection permanente du Musée des beaux-arts de Montréal et questionné les visiteurs sur leur réception esthétique de cette œuvre. Douze participants ont répondu à l'étude. Des questions sociodémographiques ont été posées ainsi que sur les habitudes de consommation culturelle. À la suite des questions concernant l'appréciation de l'œuvre, un texte écrit de la main de l'artiste était présenté aux participants. Ensuite, d'autres questions étaient posées afin de connaître l'évolution de l'appréciation vérifiant ainsi l'outil de médiation (le texte).

Bien que les participants aient donné une bonne appréciation de l'œuvre dès le départ, elle ne s'est qu'améliorée à la suite de la lecture du texte. L'auteure note que l'échantillon était particulièrement instruit et que les résultats sont caractérisés par une forte consommation culturelle. Toutefois, deux participants ont changé de point de vue négativement. L'auteure émet deux hypothèses : le texte ne correspondait pas aux attentes ou bien étant donné que l'appréciation était déjà très élevée au départ il devenait difficile de l'augmenter davantage. Toutefois, l'utilisation de cet outil de médiation a permis de confirmer ou d'enrichir l'interprétation de l'œuvre chez les participants. L'auteure affirme qu'il n'est pas surprenant que la majorité des participants souhaitent la présence d'outils de médiations dans les salles d'expositions en art contemporain d'autant plus qu'une des

participantes disait que l'œuvre choisie n'était pas de l'art et qu'à la suite de la lecture du texte, elle considérait qu'il s'agissait d'une bonne œuvre.

### **Troisième sphère : Fonctions de la médiation culturelle muséale**

#### **Sylvie Lacerte**

Quant à la dernière sphère, nous y retrouvons trois études. Bien qu'elles se penchent toutes sur certaines fonctions du médiateur, chacune s'intéresse plus particulièrement à l'une ou l'autre de quelques fonctions. Pour l'une, il s'agit de l'accessibilité. Une autre étudie davantage la diffusion et l'autre, la réception.

Tout d'abord, Sylvie Lacerte<sup>5</sup>, dans sa thèse de doctorat *La médiation de l'art contemporain*, se préoccupe de l'accès au sens de l'art. Elle affirme que l'aura entourant l'œuvre d'art contribue à la persistance des passions des publics profanes pour un art qui les indiffère ou qu'ils ne comprennent pas. Mais aussi, par les craintes de ceux qui appartiennent au monde de l'art détenant les connaissances, les significations. Elle ajoute que ses stages d'observations servent à « voir et [à] comprendre comment ce lien entre l'art et le public pourrait s'articuler » (Lacerte, 2004, p. II). Afin d'évaluer la qualité des activités de médiation encouragées par les lieux visités, l'auteure présente des grilles d'analyse. De plus, elle dit avoir réalisé des entretiens qualitatifs auprès des acteurs clés du milieu de l'art contemporain afin de compléter ses observations. Ces entretiens consistaient en des rencontres informelles et non enregistrées.

---

<sup>5</sup> Lacerte, S. (2004). *La médiation de l'art contemporain*. Thèse de doctorat études et pratiques des arts, Montréal : Université du Québec à Montréal.

Elle donne sa définition de ce qu'elle appelle l'éthique de la médiation de l'art contemporain qui « se rapprocherait d'un dialogue ou d'une relation entre l'institution et le public, afin de développer des mécanismes empreints d'une certaine transparence qui ne donneraient plus l'impression au public d'avoir été exclu du système » (Lacerte, 2004, p. 31). Étant donné que pour l'auteure, la médiation ne représente pas un phénomène nouveau, elle formule sa question de recherche ainsi : « Comment repenser la relation ou les médiations entre l'art contemporain et le public ? » (Lacerte, 2004, p. 39). C'est aussi à l'intérieur d'une démonstration qu'elle pose le problème de l'accessibilité à la signification de l'art contemporain. Elle identifie également que les programmes scolaires (primaire et secondaire) présentent des carences au niveau de leur cursus pédagogique en ce qui a trait à l'éducation de l'art et qu'ils ne font rien pour améliorer la situation.

Lacerte présente sept hypothèses de recherche allant de la confusion et de la perte de critère d'évaluation de l'art contemporain en passant par l'avènement des nouvelles technologies, des problèmes reliés à l'institutionnalisation de l'art contemporain, du marché de l'art et finalement par la fragilité des milieux artistiques causée par les bailleurs de fonds.

Quant aux résultats de son étude, de manière générale, elle explique que le texte d'entrée peut paraître intimidant pour les profanes. Elle affirme que « c'est une stratégie d'intimidation souvent utilisée dans les musées, parfois même à l'insu de leurs auteurs » (Lacerte, 2004, p. 237). Elle propose qu'il serait intéressant de modéliser sa grille afin de voir ce qui fonctionne et ce qui fonctionne moins bien afin de pouvoir mettre en place des mécanismes répondant aux besoins des commissaires,



mais aussi qui tiendraient compte des besoins et des réalités des divers publics. Dans les pistes de solutions, elle reprend la notion d'une nouvelle éthique de la médiation culturelle sous forme d'une nomenclature en quatre points : la fréquentation et la pratique des arts à l'école, l'ouverture du milieu muséal et institutionnel à la communauté et à son public fondamental, une utilisation plus efficiente des nouvelles technologies dans les institutions muséales et, une nouvelle occupation de territoire (Lacerte, 2004, p. 241-245). Ce qui apporte une nouvelle question tout à fait pertinente. Elle se demande pour qui l'art doit-il être présenté.

### **Ève Dorais**

La seconde auteure retenue est Ève Dorais<sup>6</sup> pour son mémoire *La médiation de l'art actuel dans les centres d'artistes autogérés*. Elle s'intéresse à ouvrir des pistes de recherche touchant à la « pratique observée sur le terrain dans le champ de la mise en exposition de l'art actuel » (Dorais, 2007, p. ii). Cette étude se penche sur la diffusion par la documentation produite par les centres d'artistes lors d'une exposition. Elle a recueilli trente-huit documents produits par quatorze centres d'artistes montréalais qui ont été analysés selon des paramètres relatifs à la matérialité et au contenu textuel.

Dès le premier chapitre, l'auteure affirme que la médiation est adaptée selon l'institution. Mais aussi, qu'étant donné que la médiation s'effectue dans un milieu

---

<sup>6</sup> Dorais, È. (2007). *La médiation de l'art actuel dans les centres d'artistes autogérés*. Mémoire de maîtrise en études des arts, Montréal : Université du Québec à Montréal.

public, qu'elle s'adresse à divers publics, ce sont les particularités des différents publics qui deviennent primordiales « [...] la question de l'ouverture des publics, de la démocratisation culturelle apparaît comme un enjeu majeur en médiation » (Dorais, 2007, p. 23). Elle affirme selon ses observations que les services de médiations sont proportionnels à la taille de l'institution, car ils vont de pair avec les moyens financiers que les institutions ont.

Les grilles d'analyse élaborées par Dorais contiennent trois catégories de caractéristiques observées. Dans un premier temps, la forme générale et la matérialité des documents sont analysées selon le format ou la manipulation suggérée, les dimensions, les couleurs, le texte et la présence d'images, de légendes ainsi que l'attribution relative aux images et au graphisme. La seconde étape d'analyse est faite sous le questionnement de ce que dit le carton, de quoi parle-t-il. Finalement, l'analyse se termine par les caractéristiques discursives (temps du discours, pronom et adresse au destinataire, citation et paraphrase, attribution et utilisation du je, présences biographiques, descriptions objectives des faits, références aux démarches artistiques et à la vie de l'artiste, etc.).

Si de prime abord, les documents présentent une allure sobre, simple et discrète, Dorais se réfère à Nycole Paquin (Professeure en histoire de l'art à l'UQAM) en disant que les documents s'adressent davantage à un public intéressé aux arts. Mais aussi, qu'ils sont destinés plus aux archives des bibliothèques et aux chercheurs qu'à monsieur et madame tout le monde. Elle propose donc qu'afin de passer de la simple communication à la médiation, ils doivent ajouter un minimum de sens aux œuvres, offrant ainsi une interprétation.

### Delphine Bonnardot

Finalement, la dernière étude présentée ici est celle de Delphine Bonnardot<sup>7</sup> qui a travaillé sur *Le rôle de la médiation culturelle dans la perception de l'art chez les adolescents*. Selon l'objectif de faire le point sur la relation musée-adolescent au Québec à travers la médiation culturelle, elle s'est intéressée à la médiation culturelle dans son rôle de réception de l'art contemporain.

L'enquête réalisée par l'auteure eut lieu en février 2001 à l'occasion d'une visite guidée au Musée d'art contemporain de Montréal. L'échantillon privilégié est constitué d'un groupe de première année au Collège Lionel-Groulx de Ste-Thérèse, étudiant en art dramatique, mais dont un cours d'histoire de l'art optionnel est dispensé. Les étudiants ont 17 ou 18 ans. Dans un premier temps, l'auteure leur a fait remplir un questionnaire avant la visite afin de connaître le milieu socioéconomique dont ils sont issus ainsi que ce qu'ils pensent du musée et de l'art contemporain en général. Au cours de la visite, les étudiants ont été filmés avec le guide afin d'observer l'interaction et les dimensions de langage non-verbal et verbal du discours.

À la suite de la visite, un deuxième questionnaire a été rempli afin de voir l'évolution de l'idée que les étudiants se font du musée et de l'art contemporain. Les questionnaires ont été établis selon quatre questions de recherche : le milieu socio-économique, les connaissances et les perceptions qu'ils ont du musée, leur opinion

---

<sup>7</sup> Bonnardot, D. (2003). *Le rôle de la médiation culturelle dans la perception de l'art chez les adolescents, Étude de cas au Musée d'art contemporain de Montréal*. Mémoire de maîtrise en études des arts, Montréal : Université du Québec à Montréal.

sur l'art contemporain et l'image qu'ils ont des visites guidées. L'auteure affirme qu'au tout début, les étudiants affichaient un regard négatif sur l'art contemporain, mais qu'à la suite du second questionnaire, la discussion s'est installée et ce qui s'en dégage ne laisse planer aucun doute sur le changement de vision sur l'art contemporain et sur les visites guidées. Si bien que deux étudiants ont demandé qu'elles sont les études à faire pour devenir médiateur. De plus, la majorité des répondants veulent retourner voir l'exposition et faire partager leur expérience. L'auteure met donc l'accent sur l'importance de l'interaction et de l'oralité de la médiation. Grâce à cette stratégie, la perception des étudiants a changé. De plus, Bonnardot analyse les séquences vidéo selon les modes d'apprentissages et affirme que le guide a usé d'un bon équilibre dans son animation afin de rejoindre tout le monde.

### **Retour sur les études**

Bien entendu, dans les études recensées, les auteures ont chacune à leur tour défini ce qu'elles entendaient par médiation culturelle. L'objectif de l'état des connaissances n'était pas de redéfinir le thème de recherche étant donné que cette opération a déjà été élaborée précédemment. Il s'agissait plutôt de mettre en lumière ce qui a été fait sur le sujet afin de voir ce qu'il est maintenant possible d'étudier et de préciser la manière dont la recherche évoluera.

Du point de vue théorique, mais aussi méthodologique, il est fort intéressant de constater que quelques auteures ont étudié l'interaction entre le médiateur et les visiteurs. En effet, l'utilisation de la vidéo est un bel exemple méthodologique afin de mieux analyser cette interaction. Par contre, peu ont utilisé l'entretien, préférant

même le recours au questionnaire. Lorsque l'entretien a été retenu, une seule indique qu'elle ne l'a pas enregistré et les autres n'offrent pas de renseignement à ce sujet. Pour revenir au questionnaire, il n'y a pas de trace quant à savoir s'il ne s'agissait que de questions à choix de réponses n'offrant pas de possibilité de nuancer le propos. Dans le cas où les répondants pouvaient s'exprimer plus explicitement, l'usage du questionnaire apparaissait moins contraignant.

### D'autres études...

Une autre étude, sous forme d'essai, a aussi retenu notre attention. Michèle Gellereau propose une étude *Les mises en scène de la visite guidée. Communication et médiation*. Elle s'intéresse à trois aspects de la médiation culturelle muséale : les moyens d'aller chercher le public et le non-public ; la construction du récit de la visite ; et « à la prise en compte du visiteur dans le discours du guide et aux effets de celle-ci dans la construction des récits collectifs » (Gellereau, 2005, p. 31). L'intérêt de cette étude réside dans la méthodologie utilisée par l'auteure, qui ressemble à ce que nous avons fait pour la nôtre. Michèle Gellereau a observé une centaine de visites guidées, est revenue en entrevue avec les guides examinés et a analysé les documents ou les objets recueillis lors des visites. Ses analyses portent, entre autres, sur les fonctions et les compétences qu'ont les médiateurs dans ces institutions. Certains éléments nous ont éclairé quant aux possibilités que nous pouvions rencontrer lors de notre propre collecte de données. À titre d'exemple : l'importance des anecdotes et des personnes ayant été témoins de certaines situations ou ayant connu l'artiste.

Dans un autre ordre d'idées, dernièrement, le numéro 60 de la revue *Lien social et Politiques*<sup>8</sup> propose diverses études de cas sur la médiation culturelle. L'un des articles apporte une tout autre manière de voir la médiation culturelle. En effet,

---

<sup>8</sup> Le Bihan-Youinou, Blanche & Jacob, Louis (sous la dir.) (2008). « La médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques », *Lien social et Politiques*, 60, automne 2008.

Jean-Marie Lafortune<sup>9</sup> fait une distinction entre la médiation et la médiacion culturelles. Il identifie la médiation culturelle comme étant plus proche de la démocratisation de la culture et la médiacion se comparant davantage de la démocratie culturelle. La médiation serait donc privilégiée par les institutions culturelles tandis que la médiacion se rapprocherait de l'aspect communautaire de l'action culturelle où l'effacement du médiateur est préconisé.

### **Cadre d'analyse**

Tel que nous l'avons vu tout au long de ce chapitre, la médiation culturelle revêt une ambiguïté quant à son sens. S'agit-il d'un terme à la mode du moment regroupant à la fois diverses fonctions ou divers métiers culturels ? Est-elle une stratégie culturelle ? Quoi qu'il en soit, nous avons retenu et nous préconisons qu'il s'agit d'une action ou un plan d'actions culturelles reliant la démocratisation de la culture et la démocratie culturelle. Le médiateur culturel, par divers moyens et diverses compétences, tente de rapprocher les œuvres, les institutions et même les artistes avec les publics et les exclus culturellement.

Afin d'apporter plus de précision, deux questions plus concrètes sont à poser : que font exactement les médiateurs culturels et quelles sont les institutions qui embauchent de tels intervenants culturels ? Bernadette Dufrêne et Michelle Gellereau apportent des éléments de réponse. En effet, elles estiment qu'il s'agit soit d'un emploi-jeune (emploi d'été) ou d'un responsable de services. Elles ajoutent que le métier ou la fonction de médiateur est réalisé sans pour autant que le médiateur en

---

<sup>9</sup> Lafortune, Jean-Marie (2008). « De la médiation à la médiacion : le double jeu du pouvoir culturel en animation », *Lien social et Politiques*, 60, 2008.

porte le titre. Selon elles, il y aurait deux types d'endroits où l'on retrouverait les médiateurs : ceux qui sont attachés à une institution culturelle et ceux retrouvés dans les collectivités. Concernant le premier type d'endroits, soit les institutions culturelles, ils regroupent, selon elles, les bibliothèques, les musées, les théâtres, etc. Les médiateurs de ces lieux seraient « en charge de l'adaptation de la diffusion ou du programme culturel au public ou au « non-public » » (Dufrêne & Gellereau dans Thonon, 2003, p. 165). En fait, elles présentent les tâches et les fonctions suivantes du médiateur :

- Diffuser l'information;
- Trouver des personnes intermédiaires (associations, enseignants, comités d'entreprises) ou relais qui connaissent des publics potentiels et travailler en collaboration avec eux;
- Faire un travail d'édition adapté;
- Proposer des parcours et accompagner les publics;
- Posséder les connaissances et transformer les publics en partenaires;
- Amener à une sensibilité de ce qui est exposé ou montré et provoquer une imprégnation des œuvres;
- Animer certaines visites extérieures au site à visiter;
- Développer une programmation destinée à faire venir de nouveaux publics;



- Former les guides ou les intervenants de l'institution ou dans certains cas, assurer le rôle de guide ou d'animateur (Dufrêne & Gellereau dans Thonon, 2003, p. 165-166).

Tandis que dans les collectivités, le médiateur joue « souvent le rôle d'agent de développement culturel sur le territoire, ou de programmation d'événements, de concepteur de projet : ses tâches de médiation s'exercent dans la connaissance et la médiation des institutions » (Dufrêne & Gellereau dans Thonon, 2003, p. 166). Le médiateur de ce type d'endroits occupe sensiblement les mêmes tâches que les médiateurs dans les institutions culturelles, mais les auteurs se questionnent à savoir si le médiateur des collectivités joue davantage un rôle de négociateur étant donné qu'il a à « se préoccuper des tâches de sensibilisation des publics à la culture, [doit] assumer bien souvent des tâches administratives et techniques, et [a] parfois l'ensemble de l'action culturelle à gérer » (Ibid).

Bien entendu, certaines fonctions de la médiation culturelle renvoient à des métiers culturels déjà établis, tels que l'animation culturelle, l'éducation muséale ainsi que l'interprétation. Bien que l'animateur culturel travaille directement avec le public, ses tâches traversent rarement le cadre de l'animation à proprement parler. Il en est de même pour l'éducation et l'interprétation. Le médiateur culturel semble avoir des tâches englobant tant le rapprochement avec le public, le côté didactique, l'aspect communautaire que ce qui touche l'administratif voire même le politique (politiques culturelles).

La figure suivante *Le modèle systémique de la situation d'interprète-animateur-récréologue*, constitue le cadre d'analyse de cette étude. Il est emprunté d'une

adaptation du professeur Michel de la Durantaye<sup>10</sup> à partir du *Modèle systémique de la situation pédagogique SOMA* de Renald Legendre<sup>11</sup>.

Dans un premier temps, le milieu ambiant représente la situation dans laquelle la médiation culturelle se fait. Il peut s'agir d'un endroit tel que le musée ou encore, d'une situation, telle qu'un circuit patrimonial ou à l'intérieur d'une collectivité. Quoi qu'il en soit, la médiation culturelle se produit à l'aide de trois types d'acteurs : le sujet, l'agent et l'objet. De plus, le système suivant présente diverses relations entre les acteurs dans le contexte de cette situation.

Ensuite, du côté des acteurs, le sujet est constitué du visiteur ou du public. Il est fondamental, car sans lui, la situation n'existerait pas. Son développement s'exerce par ses attentes et son cheminement en vue de s'approprier l'objet.

Quant à l'objet, il consiste au lieu, au site, à l'œuvre ou encore à l'événement se déroulant dans la situation. En fait, il s'agit de tout ce qui est montré ou exposé au sujet. L'objet a trait au sens du site, au récit en lien avec le lieu ou à l'œuvre, au message à transmettre et aux objectifs visés quant à l'apprentissage du visiteur. Entre les deux (sujet et objet) existe une relation d'apprentissage où les objectifs de transmission du message et de sa réception sur le public, ainsi que son appropriation et l'usage que le sujet en fait.

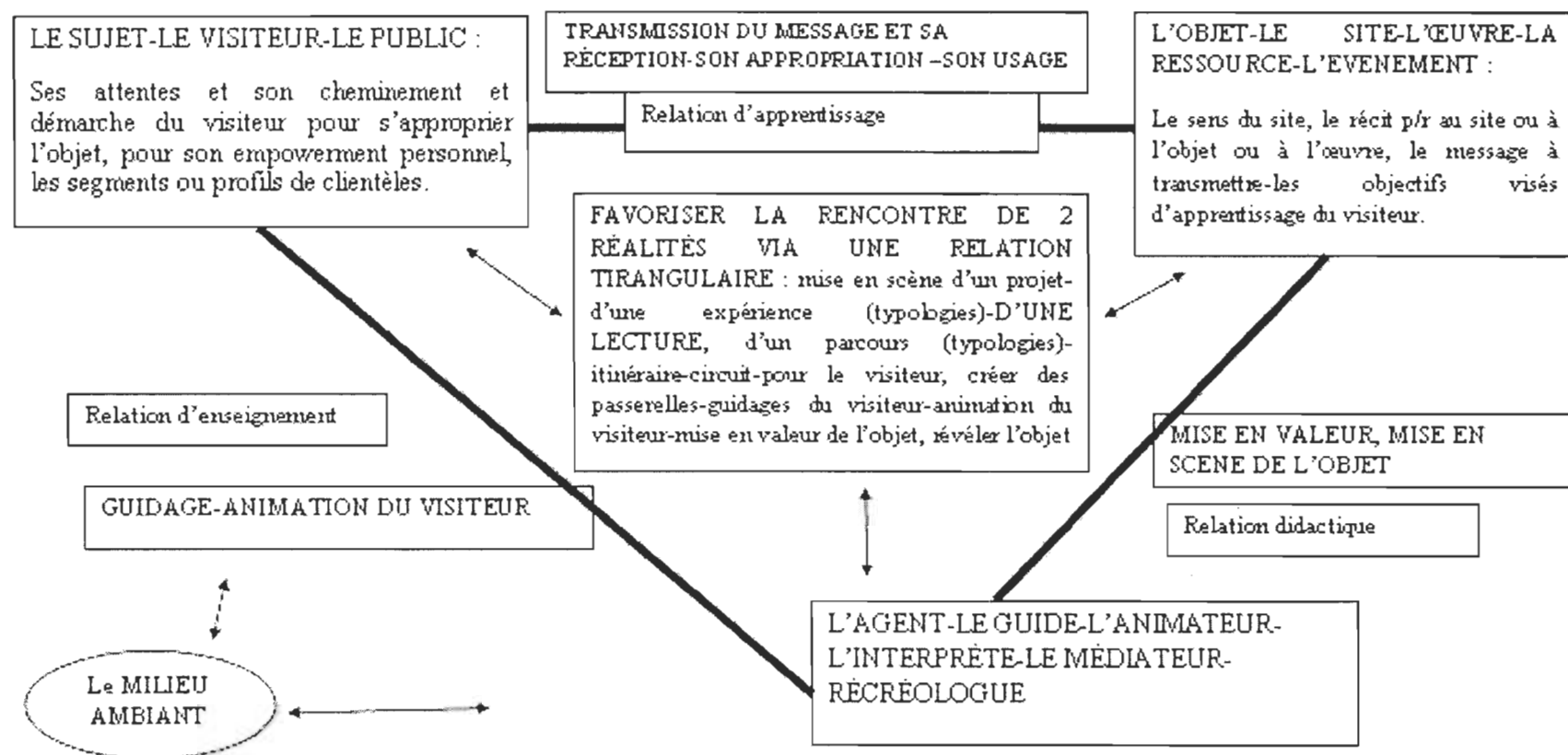
---

<sup>10</sup> De la Durantaye, M. (Mars 2007). *Le modèle systémique de la situation d'interprète-animateur-récréologue*, dans le cadre du cours Interprétation et animation culturelle (AEG 1025) au Baccalauréat en Loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières.

<sup>11</sup> Legendre, R. (1983). *L'éducation totale*, Montréal : Les Éditions Ville-Marie inc.

Dans le triangle de la situation de médiation culturelle se trouve aussi l'agent, qu'il soit guide, animateur, interprète ou médiateur. Ce dernier vise à favoriser une rencontre par une mise en scène d'un projet ou en faisant vivre une expérience. Il élabore des parcours et des itinéraires pour le visiteur, en l'animant par la mise en valeur de l'objet et lui révèle des informations sur l'objet.

Il existe deux types de relations. L'une se déroule entre l'objet et le médiateur, la relation didactique, qui s'effectue par la mise en valeur et la mise en scène de l'objet, et, l'autre, la relation d'enseignement, où le médiateur guide et anime le sujet à l'intérieur d'une situation de médiation culturelle.



**Figure 1. Le modèle systémique de la situation d'interprète-animateur-récréologue** adapté par Michel de la Durantaye (Mars 2007) à partir de Renald Legendre (1983) *L'Éducation totale*, le modèle systémique de la situation pédagogique : SOMA.

### **Notre définition de la médiation culturelle**

À la lumière de ce que nous venons de présenter dans le cadre d'analyse, nous comprenons la médiation culturelle comme étant des activités visant à faire le pont entre les arts et la culture et divers publics (initiés et exclus) de manière adaptée à chacun d'eux, à chacun des groupes afin de leur faire vivre une expérience optimale, soit la meilleure possible. Elle use de moyens divers tels que le discours (la manière orale et tactile de faire passer son message) en favorisant une pleine aventure corporelle, sensitive et réflexive. Elle vise non seulement les visiteurs présents en ses murs, mais également les exclus culturellement.

### **Problème spécifique**

Il est maintenant possible d'affirmer de quoi il sera question plus précisément. Le titre donné précédemment, *La médiation culturelle dans les institutions muséales québécoises, un plan d'action à découvrir*, indique la nature du travail de recherche. Effectivement, la notion de « plan d'action » oblige en un impératif d'organisation de cette médiation afin de pallier l'exclusion culturelle. Étant donné que les recherches observées se sont déroulées pour la plupart à Montréal ou dans les grandes villes. Nous observons un besoin de connaissances empiriques dans les régions du Québec. Aussi, nous nous intéresserons davantage à quelques régions du Québec. En effet, la région montréalaise regorge de musées et il est possible de penser que ces derniers ne semblent pas connaître un réel problème de fréquentation étant donné que le bassin de population de cette région est suffisamment diversifié afin de permettre aux musées de survivre même s'il n'y a pas un public constant.

### **Objectifs de la recherche**

Comprendre et interpréter le processus de médiation culturelle dans les lieux à caractère muséal et patrimonial.

### **Question de recherche**

Quel est le processus de la médiation culturelle à l'intérieur des institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec?

### **Questions spécifiques**

Que font au juste les médiateurs culturels? Quel est leur rôle? Sont-ils embauchés à titre de médiateur ou selon un autre titre tel que conservateur, animateur, guide, éducateur, agent de liaison, etc.? Et, s'ils sont embauchés sous un autre titre, à quel moment occupent-ils le rôle de médiateur? Quelles sont les interactions entre le médiateur et le public? Quels sont les mécanismes que les médiateurs culturels utilisent?

## CHAPITRE 2

### MÉTHODOLOGIE

## **Stratégie de recherche et méthode**

Tout d'abord, la présente étude s'inscrit dans une recherche fondamentale exploratoire. Tel que mentionné précédemment, peu d'études sur le sujet ont été élaborées et le but recherché, comprendre le processus de la médiation culturelle, amène à une recherche de type exploratoire. Concernant la question de la stratégie de recherche quelques auteurs ont été consultés. Il n'est pas aisé de n'en prioriser qu'une seule. Effectivement, Jean-Marie Van der Maren (1996), Marie-Fabienne Fortin (1996) et Poupart et autres (1997) se rejoignent et enrichissent mutuellement leurs propos quant à la stratégie de recherche de type qualitative et exploratoire. Néanmoins, les propos de Van der Maren apparaissent comme étant davantage explicites que ceux des autres auteurs consultés.

Van der Maren affirme qu'il faut d'abord identifier les visées de la recherche. Parmi ces visées, Van der Maren en explique trois : les enjeux, les fonctions théoriques et le niveau nomologique. L'enjeu recherché dans le cas présent réside dans une volonté et une nécessité d'agir afin d'amener une clientèle plus importante et diversifiée au musée. En d'autres termes, il s'agit de mieux connaître la médiation culturelle. L'enjeu est retrouvé dans le discours péjoratif à la visite muséale : que l'art et la culture ne sont que pour les érudits, les connaisseurs, que c'est snob, élitiste. L'État et les professionnels travaillent à pallier ce discours et à rendre la culture accessible à tous et pourtant pas plus de gens y vont. La médiation culturelle apparaît comme une solution récente. Quant aux fonctions théoriques visées, la



compréhension souhaitée de ces actions de médiations prises, sous-tend une fonction de description dans un premier temps. En effet, si l'on veut interpréter un processus, on doit d'abord connaître de quoi il est question. Il s'agit donc de bien connaître la médiation culturelle sous l'angle du médiateur et ce, à l'aide des questions spécifiques énoncées précédemment : que font au juste les médiateurs culturels? Quel est leur rôle? Sont-ils embauchés à titre de médiateur ou selon un autre titre tel que conservateur, animateur, guide, éducateur, agent de liaison, etc.? Et, s'ils sont embauchés sous un autre titre, à quel moment occupent-ils le rôle de médiateur? Dans un deuxième temps, une fois que sera connu de quoi il est question lorsque l'on parle de médiation culturelle, la nécessité et l'urgence d'agir s'inscriront dans une visée à l'aspect politique. Non pas dans un but de critiquer ou de dénoncer de manière négative le travail déjà fait mais davantage dans un but d'améliorer et de donner un coup de main à tous ces professionnels de la culture. Quant au niveau nomologique de Van der Maren, il s'agit ici d'une volonté de compréhension du processus de médiation culturelle. Tel qu'il le dit, il s'agira d' « une explication contextualisée avec possibilité de transfert à des contextes semblables ». (Van der Maren, 1996, p. 363). Il sera question, plus loin, en quoi la transférabilité sera possible dans cette étude.

### **La population et l'échantillon**

Poursuivant le but ultime de comprendre le processus de la médiation culturelle dans les lieux culturels et patrimoniaux québécois, l'étude s'intéresse à l'interaction entre le milieu culturel et les visiteurs. La population est donc constituée de ces deux parties : les institutions et les visiteurs de ces lieux.

En ce qui a trait à l'échantillon, dans un premier temps, les acteurs culturels ont été choisis par choix raisonné. Ce choix d'échantillonnage est davantage en raison qu'il s'agit d'une étude exploratoire, que peu de choses sont connues de cette pratique et des actions qu'est la médiation culturelle, alors au premier chef, nous n'avions d'autre choix que d'aller voir les « médiateurs ». Comme le dit Van der Maren, « les échantillons seront choisis parce que leurs caractéristiques qu'ils possèdent permettent d'espérer obtenir efficacement une information pertinente ». (Van der Maren, 1996, p. 379). Mais aussi, « ces informateurs doivent avoir vécu certains événements qui ne se produisent que dans certains lieux, si l'on veut obtenir un témoignage factuel plutôt qu'une opinion construite par ouï-dire ». (Van der Maren, 1996, p. 380). Jean-Pierre Beaud, est également très explicite en ce qui concerne l'échantillonnage dans le cas des recherches exploratoires. Toutefois, ce dernier parle d'échantillon typique au lieu de raisonné. Ce qu'il en dit correspond tout à fait au but souhaité dans cette étude :

« si ce qui importe, ce n'est pas la précision des résultats, mais la découverte d'une logique, d'un mécanisme, si la recherche se veut exploratoire, si ce qui intéresse le chercheur, [...] mais plutôt quelques particularités de celle-ci, pourquoi alors rechercher une représentativité qui n'aura qu'un intérêt limité? Voilà le raisonnement qui est à la base d'une technique comme celle de l'échantillonnage typique » (Beaud dans Gauthier, 2006, p. 225).

Dans un premier temps, nous avons fait appel à divers médiateurs de quelques institutions de la région mauricienne. Par la suite, nous avons procédé simplement en demandant directement à des gens occupant un tel rôle dans des régions similaires à la Mauricie. Nous avons fait appel à des médiateurs des Laurentides, Centre-du-Québec, Lanaudière et Montérégie. Ces régions ont été identifiées pour leur

proximité mais également parce qu'elles ont sensiblement les mêmes caractéristiques que la Mauricie.

La prochaine section fera état des méthodes de collecte des données mais brièvement, ce sont dans un premier temps, les actions, les réactions, les interactions et les formes de dialogue existant entre les visiteurs et les médiateurs dans différents lieux qui ont été observées selon quelques critères. Sur la base de ces observations, les médiateurs ont été amenés à expliquer les actions ou les stratégies utilisées. Il s'agit de cas typiques car ce sont eux qui sont le mieux placé pour y répondre.

### **L'instrumentation et la collecte des données**

Dans un premier temps, des observations libres ont été menées dans différents lieux muséaux et patrimoniaux québécois afin d'observer ce que les médiateurs font comme actions dans diverses situations telles que la visite guidée. De plus, nous observons les réactions des visiteurs, participants aux activités, face à ces actions entreprises par le médiateur. Les interactions entre médiateur et visiteurs sont aussi des éléments clés des observations. Le choix de faire des observations libres est apparu comme étant à privilégier. En effet, étant donné que c'est la compréhension de la médiation culturelle en ces lieux qui est à l'étude, il semblait primordial de faire l'observation librement. Peneff est clair quant à l'importance de l'observation. En effet, il dit que « l'observation directe est particulièrement adaptée pour enquêter sur les comportements qui ne sont pas facilement verbalisés, ou qui le sont trop » (Peneff dans Arborio & Fournier, 2005, p. 20). Bien entendu, pour des raisons éthiques, les visiteurs connaissaient le but de notre présence. Toutefois, nous ne demandions pas leur collaboration quant à des entretiens ni ne leur posions quelque question que ce

soit. Nous y sommes allés de manière souple en notant des informations temporelles telles que la date, l'endroit, la durée, l'activité ou l'action observée. Ont été aussi notées les actions entreprises par le médiateur par exemple : l'explicitation du contexte de l'exposition ou encore la sollicitation des participants sur une œuvre, ce qu'ils y voient, ce qu'ils en pensent, etc. avant même d'expliquer cette œuvre. Également, les réactions du public mais aussi du médiateur ont été notées ainsi que les interactions vécues lors de cette activité de médiation. De plus, la forme de dialogue utilisée entre les deux parties (médiateur et public) et enfin, d'autres faits de nature plus anecdotiques ont pu être relevés de ces observations.

De manière à bien illustrer ce qui a pu être noté et observé, voici un exemple fictif : prenons une visite guidée dans un musée d'art. Le médiateur pourrait d'emblée, expliquer en des termes simples, accessibles à tous ce que contient l'exposition. Si elle présente des tableaux historiques, des sculptures grandioses ou bien des miniatures. Il pourrait aussi expliquer l'intention du conservateur dans l'élaboration de cette exposition. Ensuite, devant un tableau, il pourrait demander aux visiteurs ce qu'ils ressentent devant cette œuvre, à quoi elle leur fait penser, etc. pour enfin, l'expliquer. À la fin de l'exposition, le médiateur pourrait demander aux visiteurs ce qu'ils ont pensé de cette exposition, ce qu'ils ont aimé, ce qui leur a moins plu et pourquoi. Dans le cas où les participants seraient moins à l'aise de partager leur expérience en groupe, le médiateur pourrait les informer d'un livre où ils sont libres d'inscrire leurs commentaires.

Concernant le pré-test de l'observation, la première m'a servi de pré-test. De plus, les diverses sortes de notes (le journal de terrain et les notes d'après journal)

réalisées au fur et à mesure ont été utiles pour améliorer les observations subséquentes. Finalement, étant donné qu'il s'agissait d'observation libre, la chercheuse n'a agit qu'en simple observateur sans intervenir avec les visiteurs. Les médiateurs ont donc été appelés à contribuer par la suite.

C'est ainsi qu'à la suite des observations, la collaboration des médiateurs a été sollicitée pour participer à des entretiens semi-dirigés. Ces entretiens ont, en partie, été élaborés à partir des observations réalisées. D'abord, un guide d'entretien a été conçu et des questions revenant sur les observations y étaient ajoutées au fur et à mesure. Le guide d'entretien a été organisé sous trois thèmes : description du métier ; relations et interactions avec le public et ; perception du métier et de l'avenir. Bien entendu, sous ces trois thèmes se retrouvaient plusieurs questions et par la suite, des sous-questions étaient également posées. Dans le premier thème, trois questions et dix sous-questions étaient posées. Le deuxième thème regroupait quatre questions et un minimum de onze sous-questions. C'est dans ce thème que se greffaient les sous-questions soulevées des observations, lorsque c'était possible. Enfin, deux questions et huit sous-questions formaient le dernier thème. Le guide d'entretien utilisé se trouve en appendice A.

L'opérationnalisation des variables observables retrouvées dans le tableau qui suit nous a aidé à nous faire une idée de ce que nous pouvions retrouver lors de la collecte de données mais aussi dans la construction des instruments.

Figure 2. Opérationnalisation des variables.

Variable	Dimensions		
Processus de médiation culturelle : Système faisant le lien entre une exposition, une œuvre, un lieu et le public selon une intention préalable.	Intention (par les médiateurs) ↓	Expériences, actions et moyens. ↓	Réception chez le public. ↓
Critères			
Avoir une intention précise pour favoriser le contact entre les publics et la culture, plus précisément l'institution muséale.	Amener plus de gens au musée.	Visite guidée où l'interaction domine, adaptée au groupe présent.	Les gens ont de bons commentaires, ils reviennent car ils ont apprécié leur expérience en parlent à d'autres gens qui seront tentés par l'expérience.
Favoriser l'échange positif entre le médiateur et les	Créer une fidélisation des publics.	Billet gratuit ou entrée gratuite pour diverses occasions	Lors des journées thématiques, les musées sont plus fréquentés.

visiteurs.		(Journée de la culture, Journées des musées, etc.)	Les gens qui n'ont pas les moyens ou qui ne pensent pas à cette activité pendant l'année y vont à ce moment-là.
Eviter de laisser repartir les visiteurs sur une mauvaise note.	Rejoindre les publics absents ou moins fréquents de la culture.	Activité d'initiation (groupes défavorisés, camp de jour pour enfants, etc.)	Les gens défavorisés se sentent moins exclus des musées.
		Groupes scolaires.	Les enfants ont une connaissance sur la culture, sur les expositions, amènent leurs parents la fin de semaine ou pendant les vacances, leur montrer ce qu'ils ont vu ou fait.

Concernant l'opérationnalisation des variables, il est à noter que d'autres dimensions auraient pu être prévues mais il est impossible de tout connaître à l'avance. Explicitement, l'opérationnalisation des variables ne contient qu'une seule variable : le processus de médiation culturelle. À partir de la littérature, nous avons imaginé et identifié ce qui pourrait faire office de critères quant à une médiation culturelle idéale. Ensuite, trois sortes de dimensions sont identifiées : l'intention du médiateur, l'activité, l'action ou l'expérience réalisée et enfin la réception de ces activités par les publics ciblés. Les diverses dimensions doivent répondre aux critères formulés. Les dimensions énoncées ici sont celles les plus aisées et les plus fréquemment rencontrées dans les institutions culturelles. Bien entendu, il ne s'agit que d'un exemple.

Revenons à l'entretien semi-directif, le pré-test a d'abord été fait auprès des deux directeurs de recherche, messieurs Gilles Pronovost et Michel de la Durantaye. Une fois ce premier pré-test fait, le guide d'entretien a été soumis à une première entrevue. Tel qu'évoqué précédemment, le guide d'entretien a également été enrichi des observations réalisées, les acteurs étaient questionnés sur quelques éléments incontournables rencontrés lors des observations de manière à bien saisir ce qu'est la médiation culturelle et ses mécanismes. C'est ainsi que la chercheuse tend

« à la compréhension riche d'un phénomène. Le sens que les acteurs sociaux donnent à leur réalité est privilégié et la recherche s'inscrit dans une dynamique de co-construction de sens qui s'établit entre les interlocuteurs : chercheurs et participants, les uns apprenant des autres et rendant possible l'élaboration d'un nouveau discours, à propos du phénomène étudié » (Savoie-Zajc dans Gauthier, 2006, p. 293).



Lorraine Savoie-Zajc met également en perspective les buts de l'entretien semi-directifs : soit celui de « dégager une compréhension approfondie d'un phénomène » mais également « celui de la compréhension du monde de l'autre » (Savoie-Zajc dans Gauthier, 2006, pp. 298-299). Les buts ci-mentionnés rencontrent directement ceux de l'étude. En effet, le but premier étant de comprendre le processus de la médiation culturelle mais également celui de comprendre les deux côtés de la médaille, dans ce dernier cas, celui des professionnels de la culture. Si l'entretien semi-directif se veut souple, il doit conséquemment laisser place aux propos du participant c'est ainsi que le guide préétabli ne sera pas rigide mais se laissera bercer par le moment et par la découverte que ce type d'entrevue sous-tend (Kaufmann, 2007, p. 18).

### **Déroulement**

La collecte de données s'est déroulée de la mi-juillet à la mi-août 2008. En un mois, dix institutions ont été visitées et onze médiateurs, guides, directeurs, guides-animateurs ont été interviewés. En ce qui a trait aux observations, elles ont une durée allant d'une simple visite, soit environ une heure, à une journée entière, tout dépendant de la disponibilité des répondants et des activités ayant lieu le jour de notre visite. À quelques reprises, nous avons assisté à des activités d'expérimentation, lesquelles étaient destinées aux enfants des groupes de camps de jour. Quant aux entretiens semi-directifs, leur durée oscille entre une quarantaine de minutes et deux heures trente. Après un certain nombre, nous tendons à une certaine saturation théorique. En d'autres termes, lorsque « l'ajout de nouvelles données par la poursuite de nouvelles entrevues n'ajoute plus à la compréhension que l'on se fait d'un phénomène » (Savoie-Zajc dans Gauthier, 2006, p. 305).

De manière détaillée, ce sont dix lieux qui ont été visités dans cinq régions administratives du Québec : Laurentides, Montérégie, Centre-du-Québec, Mauricie et Lanaudière. Voici la répartition selon le type d'organisation tel que le décrit la Société des musées québécois :

**Figure 3. Type d'organisations visitées selon la région administrative et selon les critères de la Société des musées québécois.**

Région administrative :	Type d'organisation :
Laurentides	1 lieu d'interprétation/patrimoine religieux
Montérégie	1 lieu histoire et société, patrimoine
Centre-du-Québec	1 lieu d'interprétation art/histoire et société 1 lieu histoire et société/patrimoine religieux
Lanaudière	1 lieu beaux-arts et arts décoratifs
Mauricie	2 corporations de développement culturel 1 lieu art/art contemporain 1 lieu d'interprétation/art/histoire et société/patrimoine religieux 1 tour patrimonial

Dans un souci de bien comprendre le processus de médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec, nous avons choisi ces lieux de manière à être apte à brosser un tableau plus complet et diversifié. Par contre, la région mauricienne se retrouve davantage représentée que les autres régions. Notons cependant que cette région est en pleine effervescence en ce qui concerne la culture et la médiation culturelle, ce qui peut expliquer cette sur-

représentation. Nous sommes néanmoins conscients qu'il peut s'agir d'une limite à l'étude.

### **L'analyse des données**

En ce qui a trait à l'analyse faite de ces données, Miles et Hubermann (2003) apportent une proposition fort intéressante. Étant donné la volonté de comprendre le processus de la médiation culturelle, la catégorisation semblait le choix opportun. À la suite des observations et des entretiens, des matrices ont été élaborées. En effet, étant donné la double collecte des données, deux matrices ont d'abord été produites. Finalement, ces deux matrices ont été croisées faisant ainsi apparaître les résultats. En fait, les données sont catégorisées afin de voir les variantes et les constantes faisant alors ressortir les éléments importants en les comparant. Plus explicitement, les deux matrices comportaient les mêmes catégories étant donné que les questions posées en entrevues portaient sur les mêmes thèmes que les observations. En combinant ensuite les deux matrices (observations et entretiens) nous étions aptes à identifier les constantes existantes entre les lieux à partir des observations et confirmées par les entrevues. Il est à noter que les matrices constituent la grille d'analyse de l'étude.

Tel que mentionné précédemment, pendant les observations plusieurs notes ont été prises sur le vif. Par la suite, un journal de terrain ou fiches d'observations ont été tenues de manière à pouvoir tout écrire et finalement, des notes d'analyses ont été prises directement sur les fiches d'observations complètes (Arborio & Fournier, 2005). En ce qui a trait aux entretiens, ils ont d'abord été enregistrés puis transcrits *verbatim*. C'est à la suite de toutes ces informations que les catégories sont apparues

et que les matrices ont été construites. Comme nous le verrons dans le prochain chapitre, la métamatrice constitue le point culminant de l'analyse car elle confronte les deux types de terrain. L'intérêt de faire une analyse pendant la collecte de données suit les recommandations de Miles et Hubermann (2003). En effet,

« le chercheur peut alterner un travail de réflexion sur les données déjà collectées et une mise au point de nouvelles stratégies pour en collecter d'autres, souvent de meilleure qualité. [...] L'analyse devient alors une entreprise dynamique en constante progression, alimentée en permanence par le travail de terrain » (Miles & Hubermann, 2003, p. 101).

En d'autres termes, entre chaque visite, nous faisons un bilan de ce que nous avons collecté.

L'intérêt de la métamatrice réside dans le fait de voir la pluralité des mêmes caractéristiques rencontrées sur les différents sites. En d'autres termes, plus une caractéristique est rencontrée, plus elle devient forte et importante. Par contre, si l'on ne retrouve qu'une seule fois une caractéristique, ce peut être soit une innovation ou bien un problème rencontré. Un autre intérêt de la construction de matrice est vu par la complexité du phénomène. Étant donné que l'on connaît peu le sujet, il est intéressant de voir les résultats sous forme de tableau longitudinal et dont les résultats apparaissent aisément. Il est à noter que mis à part un logiciel de traitement de texte tel que *Microsoft Word*, aucun autre ne semblait impératif à utiliser. Reprenons notre exemple précédent, celui d'une visite guidée. La métamatrice juxtapose toutes les visites guidées et les lieux observés. Les lignes de la métamatrice reprennent chacune les diverses dimensions et questions posées aux médiateurs.

### **L'éthique**

L'aspect éthique est prépondérant en recherche. Dans ce cas-ci, la politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université du Québec à Trois-Rivières a été priorisée. Dans un premier temps, des formulaires de consentement ont été distribués et signés par les médiateurs des institutions concernées. Étant donné que l'observation était suivie d'un entretien, un seul formulaire de consentement a été élaboré. Tel que le stipule la politique d'éthique de l'UQTR, le consentement libre et éclairé était demandé. En d'autres termes, ils faisaient foi de « l'acceptation du sujet à participer à l'expérience [et ce] sans coercition ». Mais aussi, « que les sujets reçoivent des informations adaptées à leur niveau de compréhension, c'est-à-dire qu'ils étaient bien informés quant à la nature de leur participation et à l'utilisation éventuelle que [nous faisons] des données recueillies sur eux. Ce consentement doit être exprimé par écrit » (Politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains, 2006, p. 6).

La confidentialité et l'anonymat étaient également gardés. Les répondants étaient également informés des avantages et des inconvénients reliés à leur participation. Toutefois, la nature de l'étude ne comportait aucun risque potentiel qu'il soit physique ou psychique.

Bien que les entretiens aient été enregistrés, sous consentement écrit de la part des répondants, j'ai été la seule à les écouter et à transcrire les enregistrements. D'ailleurs, ces derniers étaient conservés sous clé jusqu'au dépôt final du mémoire.

RÉSULTATS

CHAPITRE 3 :

Ce chapitre présentera les résultats de l'étude. Ces résultats seront, tout d'abord, amenés dans un souci chronologique des entrevues semi-dirigées tout en tentant de correspondre au déroulement habituel d'une visite guidée. Rappelons que nous tentons de comprendre le processus de la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec. De plus, les entrevues ont été menées selon un guide d'entretien par thèmes où des questions et sous-questions s'y rattachaient.

### **Accueil physique et personnel des lieux**

L'accueil physique et personnel des lieux correspond à la manière dont les institutions sont organisées. En d'autres termes, quand nous entrons, que voyons-nous? Il s'agit rarement de lieux vides, sans objet. Divers éléments sont à portée de vue et de main afin de piquer la curiosité des visiteurs. Des pamphlets, des livres, divers ouvrages ou objets de vulgarisation sont mis à la disposition des visiteurs : une maquette de l'endroit ou encore, des articles imprimés du passé. La boutique du musée en fait également partie. La manière aussi dont les visiteurs seront accueillis importe. Il existe une différence entre un guide qui viendra aux devants des visiteurs, leur souhaiter la bienvenue et un autre qui restera derrière la caisse enregistreuse. « *Quand les gens arrivent, je vais vers eux, je leur demande s'ils sont déjà venus et j'essaie de les amener payer de manière agréable* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec). L'accueil personnel correspond également à la présentation du guide et à son mot de bienvenue. Dans la plupart des institutions rencontrées – pour ne pas dire

toute car certaines n'ont pas de lien direct avec les visiteurs – les guides se présentent, disent leur nom, souhaite la bienvenue aux visiteurs, expliquent ce qu'ils verront, demandent s'ils sont déjà venus ou s'ils connaissent l'artiste ou le sujet, demandent s'ils ont des questions et disent de ne pas être gênés d'en poser. Certains présentent aussi les lieux, les modifications apportées, l'historique, les rénovations, etc. Enfin, en ressortant, dans certains cas, les visiteurs sont invités à remplir des questionnaires sur leur visite où ils peuvent gagner des prix, par exemple : un panier-cadeau de produits du terroir ou des forfaits culturels. Les visiteurs peuvent également formuler leurs commentaires dans un livre d'or. Par contre, peu de lieux visités offraient cette option. Certains d'entre eux, où il n'y en avait pas ont par contre affirmé qu'il serait bon d'en avoir un et qu'ils y travaillaient.

### **Parcours**

Cette section présente les différents parcours des médiateurs ou guides rencontrés. Bien qu'ils ne soient pas tous employés à temps plein et de manière régulière, les médiateurs rencontrés présentent des parcours similaires, ils étudient ou ont étudié dans des domaines connexes à leur lieu de travail et ressentent un fort intérêt pour la nature de l'institution.

Plus explicitement, pour trois des dix répondants, il s'agit d'un emploi d'été dont deux sont sur appel le reste de l'année, dépendamment des périodes et des



réservations de groupes. Pour l'autre guide, le lieu ferme complètement ses portes durant la période hivernale.

Un autre cas, celui du tour patrimonial (activité patrimoniale se déroulant dans un quartier d'une ville en Mauricie), semble important à expliquer. L'informateur occupe son emploi à longueur d'année, mais son rôle à ce qui a trait au tour patrimonial s'arrête en même temps que l'activité. En effet, il s'agit d'un spectacle qui n'a lieu que durant l'été. Le reste de l'année, il occupe des tâches plus administratives ou connexes au spectacle. Nous reviendrons plus loin en ce qui concerne les tâches occupées par nos répondants.

Revenons aux parcours empruntés par les gens rencontrés lors de l'étude. Précédemment, nous avons annoncé qu'ils étudiaient tous dans des domaines reliés à celui de leur travail. En effet, les domaines d'études regroupent : le théâtre, les arts plastiques ou arts visuels, l'histoire, la danse, la muséologie, la gestion des organismes culturels et le design d'intérieur. De cela découlent aussi des penchants particuliers. Nous retrouvons la préoccupation pour le lieu ou l'institution comme étant une motivation, mais également, un souhait ou un vif intérêt à transmettre ou à faire connaître ce qui les passionne. En d'autres termes, ils ont l'impression qu'ils peuvent apporter quelque chose de plus dans la transmission culturelle et patrimoniale.

### **Poste occupé et place dans l'organigramme du lieu**

Les « médiateurs » rencontrés occupent des postes dont le titre diverge selon l'institution. Ceux, pour qui il ne s'agit que d'un emploi saisonnier, sont employés à

titre de guide-interprète ou guide-animateur. Les autres, occupent un emploi régulier dont le titre est : responsable de l'accueil et de l'animation, agent de développement (culturel et/ou artistique et de communications), médiatrice culturelle ou agent de développement et de médiation culturelle. L'un d'entre eux est fondateur d'un tour patrimonial et comédien. Ces titres de poste se retrouvent dans le tableau suivant :

**Figure 4. Poste occupé selon le type d'organisation et selon la région**

<b>Région administrative :</b>	<b>Type d'organisation :</b>	<b>Poste :</b>
Laurentides	1 lieu d'interprétation/patrimoine religieux	Guide-interprète
Montréal	1 lieu histoire et société, patrimoine	Responsable de l'animation
Centre-du-Québec	1 lieu d'interprétation art/histoire et société 1 lieu histoire et société/patrimoine religieux	Agent de développement artistique et des communications. Guide-animateur
Lanaudière	1 lieu beaux-arts et arts décoratifs	Guide-bénévole
Mauricie	2 corporations de développement culturel  1 lieu art/art contemporain  1 lieu d'interprétation/art/histoire et société/patrimoine religieux  1 tour patrimonial	Médiateur culturel par intérim.  Agent de développement et de médiation culturelle.  Responsable accueil et animation.  Guide-animateur.  Cofondateur et comédien.

--	--	--

Soulignons que les appellations sont diverses et variées. Quelques facteurs peuvent expliquer ces différences et cette variété. En effet, ceux qui n'occupent qu'un emploi d'été ont un titre de guide suivi de l'appellation animateur ou interprète. En fait, un seul médiateur occupe un poste de guide-interprète. Ce qui s'explique par la nature du poste. Plus précisément, il fait davantage de l'interprétation patrimoniale et culturelle que de l'animation, portant même un costume d'époque. Il existe ensuite les emplois réguliers où les postes de responsable s'y retrouvent, ainsi que l'agent de développement artistique et des communications et le cofondateur et comédien du tour patrimonial. Viennent finalement les médiateurs de collectivités. D'un côté, nous sommes exposés à une certaine hiérarchie institutionnelle et d'un autre à des appellations quelque peu différenciées dans les collectivités.

En ce qui concerne la place qu'ils occupent dans l'organigramme, il est primordial de souligner le fait que les institutions muséales et patrimoniales québécoises regroupent, majoritairement, peu d'employés. Ainsi, les médiateurs se retrouvent, pour la plupart, dans le bas de l'organigramme de leur organisation.

Dans les plus petites organisations, il n'y a habituellement que les guides et les agents de sécurité, sur le même palier, le ou les superviseurs, un comité d'administration ou la direction. Dans les organisations plus importantes en termes de hiérarchie, il y a les guides, les employés de l'entretien, les agents de conservation, les agents de communications, les agents de développement et la

direction. Finalement, ce qui relève du milieu municipal tel que les Corporations de développement culturel ou les Maisons de la culture, la structure est plus complexe. Effectivement, ces dernières sont mises en place selon une législation du domaine culturel ou un plan d'action. La place occupée par le médiateur peut relever de la direction de la culture ou d'une autre forme d'administration paramunicipale. Néanmoins, le médiateur se retrouve sous la direction d'abord et sous un ou des superviseurs. Bien qu'ils soient dans le bas de la hiérarchie, ils se considèrent comme étant un pilier central au sein de l'organisme, nous reviendrons sur ce point plus loin.

### **La perception de leur métier**

Une question de l'entrevue portait sur la perception de leur métier, est-ce qu'ils se considèrent plutôt comme animateur, éducateur ou simplement guide? À cet effet, les informateurs ont tenté de faire des distinctions entre les trois termes proposés. Ces trois métiers ou fonctions culturelles font parties à tour de rôle de l'univers muséal ou patrimonial. Ce qui est différent réside dans l'interprétation des termes. En effet, certains estiment qu'ils sont plus animateurs avec les camps de jour ou avec les gens qui sont en vacances donc là où il y a plus de l'amusement que de l'apprentissage tandis que d'autres pensent qu'ils sont plus animateurs avec les groupes scolaires. Toutefois, d'autres médiateurs sont conscients de l'importance de l'animation mais ce terme pose problème car il renvoie justement, pour eux, à la notion de s'amuser et non pas de l'éducation et de la transmission. Un autre aspect ressort de l'animation est qu'il est important de s'amuser pour apprendre. La place est donc faite à l'éducation. Cette dernière semble primordiale car c'est, entre autres, par elle que le message muséal ou patrimonial passe. Cette fonction est identifiée par

les médiateurs lorsqu'ils sont en présence de groupes scolaires ou de personnes âgées, expliquant aussi que les groupes scolaires sont là pour apprendre, que certaines notions font parties de divers programmes scolaires et que les personnes âgées aiment toujours en apprendre davantage. Enfin, la fonction de guide apparaît comme étant plus diffuse. Plus explicitement, certains affirment qu'ils sont guides dans le sens que c'est ce qu'ils font : guider les gens à travers le lieu, les salles, les œuvres ou les objets mais ils ont du mal à l'expliquer de manière concrète. L'une dit qu'elle est plus guide car c'est « *l'essence de son travail* » (Guide-animatrice, Centre-du-Québec) et une autre qu'elle est plus guide en raison qu'elle « *fait moins de groupes scolaires* » (Guide-bénévole, Lanaudière).

### **Les tâches au quotidien et la place des fonctions de médiation à travers les autres fonctions**

En ce qui a trait aux tâches quotidiennes, il est possible de faire une distinction d'abord entre les employés saisonniers et les réguliers. Les guides qui ne sont embauchés que pour la période estivale réalisent des tâches relatives à l'ouverture du lieu et à son bon fonctionnement. Concrètement, ils déverrouillent les portes, enlèvent le système d'alarme, comptent la caisse, font l'inventaire de la boutique, ouvrent les lumières, s'occupent de l'entretien lorsqu'il fait partie de leurs tâches, etc. Et, d'un autre côté, il y a les tâches de liaison avec les visiteurs. Ces dernières touchent l'ensemble des actions, des relations établies avec ou en fonction du visiteur. Il peut s'agir de l'accueil, de la visite, des activités ou des ateliers d'expérimentation, de se préparer en vue de recevoir des visiteurs (lire sur les expositions, se renseigner sur des questions qui ont été posées et qu'un autre guide

ou lui-même n'a su répondre). Bref, tout ce qui est relié de près ou de loin à faire vivre une expérience optimale dans un milieu muséal ou patrimonial. Les fonctions qu'elles ou qu'ils assument correspondent ici aux fonctions : transmission, éducation, appropriation, communication, interprétation, animation, accessibilité et promotion. Nous reviendrons dans le chapitre suivant sur les liens qui mènent à une telle interprétation.

Il existe aussi le cas du travailleur autonome qui gère son entreprise et ses créations. En plus d'être comédien dans un tour patrimonial, il doit composer avec les tâches administratives de sa compagnie. Donc, il assume les tâches de liaison avec les visiteurs alors qu'il joue des scènes du passé tout en négociant des contrats avec l'Union des artistes, veille aux paies des autres employés et comédiens, s'occupe des costumes, des objets, des lieux de dépôts des équipements nécessaires au bon fonctionnement du tour patrimonial et du suivi. Ce dernier, en plus d'assumer les autres fonctions énumérées dans les cas précédents, assure la gestion.

Enfin, nous retrouvons quelques informateurs qui sont embauchés par des Corporations de développement culturel. Ces derniers assument des rôles différents. Pour l'un des deux répondants, il établit qu'il y a deux principaux volets. D'une part, il y a la diffusion et d'autre part, la médiation. Il affirme que le volet de diffusion comprend : les programmes de théâtre et de danse qui sont axés sur le développement jeune public au niveau scolaire mais aussi au niveau du grand public. Quant au volet médiation, il s'agit des diverses tâches de soutien, de soutien-conseil, de représentation (conférences pour les décideurs municipaux, provinciaux et autres), d'accessibilité au plus grand nombre quelque soit leurs conditions et leurs réalités et

de concertation (présence sur les autres comités municipaux). Les deux répondants assurent donc ces tâches à des niveaux variés, n'ayant pas les mêmes réalités au niveau des programmes, des activités et des visions de la médiation culturelle. Quoiqu'il en soit, bien que chacun des « médiateurs » rencontrés n'ait pas les mêmes tâches quotidiennes, tous affirment que les fonctions de médiations sont les plus importantes et qu'elles sont les premières. Ils s'expliquent en affirmant qu'ils sont engagés pour que les visiteurs veuillent revenir, qu'ils en parlent à d'autres, que c'est la base de leur travail, « *l'essence même de ce pourquoi on les a engagé* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec), parce qu'ils servent d'intermédiaire entre un lieu ou une œuvre et les visiteurs, que la perception des visiteurs change avec la visite guidée, qu'ils font le pont, donnent les clés, etc.

Certains ajoutent que l'accueil est également un facteur important à la médiation. Entre autres, un des répondants explique que « *Je pense que l'accueil c'est une grosse partie pour aller chercher les clientèles* » (Responsable accueil et animation, Mauricie). Il souligne que c'est par l'accueil que les visiteurs voudront revenir, mais qu'il faut également faire de la recherche afin de mieux les accompagner dans les expositions qu'ils apprécient et pour garder le contact avec eux. Un autre affirme qu'il est important de savoir de quoi il parle, de ne pas raconter de mensonge car il y a un lien de confiance qui se crée entre le guide et le visiteur. Ce lien de confiance peut aussi se créer en « *démontrant aux visiteurs qu'ils ne sont pas ignorants en leur rappelant des choses qu'ils savent déjà* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec).

Les groupes apportent aussi une source de préoccupation pour les « médiateurs ». Ils tiennent à sensibiliser les visiteurs qui fréquentent leurs lieux mais aussi à aller chercher d'autres types de groupes ou visiteurs. Plusieurs ont affirmé vouloir se concentrer sur des types de clientèles qu'ils n'ont pas tels que les personnes âgées, les jeunes, les élèves du secondaire et de niveau collégial. Ce dernier volet rejoint les fonctions liées à l'adaptation, au développement et à la diffusion.<sup>12</sup>

### **Les actions particulières à la médiation culturelle**

Il semble y avoir deux éléments qui retiennent l'attention des médiateurs. Le premier élément est retrouvé dans la distinction entre les types de groupes de clientèle et le second, dans la reconstitution d'univers original.

Plus précisément, les différents groupes d'âge intéressent les médiateurs dans leurs interventions, dans les activités et les actions mises en place. Les groupes identifiés sont les suivants :

- enfants des camps de jour;
- les groupes scolaires niveaux primaire et secondaire;
- les adultes;
- les adultes avec enfants;
- les personnes âgées.

---

<sup>12</sup> Nous reviendrons dans le chapitre 4 sur les explications des fonctions de médiation.



Tout d'abord, les enfants des camps de jour ne présentent pas les mêmes caractéristiques et les mêmes besoins que les enfants des groupes scolaires. Ils sont plus jeunes et sont là pour s'amuser et non pour apprendre tel qu'un cursus pédagogique le demande. L'un des lieux visités regroupe à lui seul un ensemble de quatre lieux. Nous en n'avons visité qu'un sur les quatre, mais des éléments d'entretiens concernent l'ensemble des quatre. Le guide rencontré affirme que bien qu'il y ait « *des activités spéciales pour les plus jeunes, mais il n'y en a pas beaucoup qui sont intéressantes* » (Guide-interprète, Laurentides). D'ailleurs, même pour les enfants qui sont un peu plus âgés, l'ensemble des quatre lieux ne leur ouvre pas leurs portes, affirmant que deux d'entre eux ne sont pas intéressants et ne sont pas fait pour des enfants : « *Les enfants n'y vont pas vraiment parce que c'est vraiment le musée classique pis il n'y a rien qu'ils peuvent toucher, c'est un peu aride parce que c'est toute l'histoire de (nom de la ville), il y a des objets mais on n'en n'a pas beaucoup puis ils ne peuvent pas toucher et c'est difficile de faire des jeux parce qu'il n'y a pas beaucoup d'espace donc habituellement ils ne font pas ces lieux* » (Guide-interprète, Laurentides).

Toutefois, pour le lieu que nous avons visité, les guides ont préparé un jeu de rôle pour les enfants, afin de bien leur faire comprendre ce que le lieu présente. Mais encore ici, le propos est choisi en fonction de ce que les jeunes sont capables d'assimiler et de comprendre, on laisse tomber d'autres facettes importantes du lieu. La visite et les activités sont donc adaptées aux types de visiteurs présents. Quant au quatrième lieu de cet ensemble, il présente plusieurs objets que les visiteurs peuvent toucher. Les enfants vont à cet endroit et la guide estime que ce lieu est également

facile d'approche pour les enfants car il est possible de toucher et de voir plusieurs choses. Ce lieu est ainsi plus accessible par la panoplie tactile et le besoin de créer des activités ou ateliers de démystification se fait moins sentir, tant pour les enfants que pour les visiteurs plus âgés car « *tout le monde aime ça toucher* » (Guide-interprète, Laurentides). Les détails historiques relatifs à ce lieu sont escamotés pour les groupes d'enfants mais priorisés pour les adultes et les personnes âgées.

Une autre guide s'occupe de retranscrire les détails et les informations des expositions précédentes et de les diffuser par la suite sur leur site internet. Concernant l'exposition permanente, présentant des sujets plus difficiles d'approche, « *Je ne suis pas là pour les réprimander, je leur dit que je comprends leur point de vue, mais j'essaie de revenir dans l'essence même du sujet. Si je vois qu'ils sont ouverts à la discussion, j'en parle avec eux, sinon je vais faire semblant de rien avoir entendu. J'interviens toujours dans le respect des clients* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec).

Un autre endroit présente aussi des thèmes difficiles d'approche pour certains visiteurs. « *Pour les adultes, c'est plus de démystifier, ça dépend des groupes, des fois on parle aussi des préjugés et de la situation actuelle* ». (Responsable de l'animation, Montérégie).

Dans un lieu situé dans la région du Centre-du-Québec, les activités sont adaptées aux groupes d'enfants, selon le cycle dans lequel ils se retrouvent. En effet, les programmes éducatifs sont élaborés selon les trois cycles du primaire et sont collés sur ce que l'exposition présente. Dans les activités, les guides demandent d'abord aux enfants de dire ce qu'ils pensent sur le thème principal et ce que ça

représente pour eux. Par la suite, les guides expliquent ce que c'est. Des objets sont présentés aux enfants ou construits par eux afin d'assimiler et de s'approprier le contenu ou des éléments des expositions. D'ailleurs, il y a un jeu où les enfants doivent retrouver des éléments dans les objets présentés dans les salles d'exposition. « *Les enfants sont en équipe et ça permet de comprendre tout en s'amusant* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec). Les enfants des camps de jour font d'autres types d'activités d'appropriation et d'expérimentation qui sont également adaptées en fonction d'eux. Pour les étudiants du secondaire, des programmes éducatifs sont en cours d'élaboration et s'inscrivent dans le cursus scolaire. Pour les personnes âgées, un questionnaire sur l'évolution d'un thème retrouvé dans une autre exposition leur est dédié. Ce questionnaire leur permet de se retrouver dans leurs souvenirs. Ce lieu s'intéresse aussi aux familles. Des activités de transmission entre grands-parents et petits-enfants sont conçues afin de favoriser cet échange.

Plusieurs endroits planifient les visites ou les activités familiales en s'intéressant d'abord aux enfants. « *Les jeux sont faits pour amuser les enfants, mais les parents doivent aussi trouver le plus rapidement possible des détails d'objets ou d'œuvres* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec) ou encore « *Ça va plaire à tous, mais c'est axé plus sur les jeunes, car si les jeunes s'emmerdent, c'est tout le monde qui trouve ça plate. L'important c'est l'expérience* » (Responsable de l'animation, Montérégie). Dans un autre cas, lorsqu'il y a des enfants et des adultes « *un guide part avec les enfants et un autre avec les adultes, comme ça les enfants ne se tapent pas toute la visite. À ce moment-là, les enfants font une activité de chasse aux trésors ou le quizz* » (Guide-animateur, Mauricie).

D'autres lieux offrent des activités où ils vont dans les classes scolaires. Les guides apportent des objets reliés au lieu tels que des artefacts, des objets que les jeunes peuvent toucher. L'animation est donc axée de manière plus pédagogique. La nature de l'activité est adaptée selon l'âge du groupe. « *Au primaire, les enfants vont prendre plus la place, c'est plus imagé, ça demande plus d'interaction, ils font plus appel à l'imaginaire et au sensationnalisme. Les plus vieux, au secondaire, ça va être plus académique* » (Responsable de l'animation, Montérégie).

La reconstitution d'univers originaux peut aussi être une autre avenue préconisée dans les lieux. Ainsi, la bâtisse de l'un d'entre eux correspond aux constructions d'origine, les potagers correspondent également à ce qui était cultivé et à ce dont ce peuple se nourrissait dans le passé. Lorsque nous entrons dans cette institution, une musique d'artistes appartenant à ce peuple nous accompagne tout au long de notre parcours. L'endroit est également parfumé des plats typiques, cuisinés en ses murs. « *Tout est fait pour faire passer notre message, pour démystifier* » (Responsable de l'animation, Montérégie). Pour les enfants, des activités d'appropriation sont prévues à la suite et en lien avec la visite.

Un autre lieu, dans la région du Centre-du-Québec, organise des activités en lien avec ce que les artistes aimaient faire ou de manière à leur rendre hommage. Ces activités ont lieu annuellement ou périodiquement, par exemple lors d'anniversaire de décès. Ces activités permettent de se remémorer et de prendre le temps de se souvenir d'eux. Le responsable de ce lieu ajoute également qu'ils essaient « *d'innover puis de développer ça un peu plus puis d'avoir des choses qui existaient pas avant pour essayer justement de toucher un groupe d'âge qui est loin de ce*

*qu'on a déjà* » (Agent de développement artistique et des communications, Centre-du-Québec).

D'autres y vont davantage par thèmes généraux et certaines activités s'y rattachent telles que : accessibilité, réception et appropriation tout en adaptant le contenu bien entendu. C'est le cas, entre autres des Corporations de développement culturel, mais aussi d'un lieu géré par une Maison de la culture, du tour patrimonial, et du lieu dans la région de Lanaudière. Ce dernier s'intéresse aux visiteurs selon divers angles. Il est possible de croire que l'explication réside dans le fait qu'il s'agit d'une organisation plus élaborée et plus hiérarchisée que les autres ou encore due à l'expérience plus grande du guide-bénévole. Néanmoins, cet informateur se questionne souvent comment toucher le groupe ou les visiteurs qu'il a devant lui. Il s'organise pour faire vivre une expérience hors du commun à chacun d'eux, tout en étant chaleureux et de ne pas être « *un audioguide sur deux pattes* » (Guide-bénévole, Lanaudière). Il recherche aussi le regard de la personne et se soucie d'utiliser les bons mots de manière compréhensible : « *Faut lire les catalogues d'exposition pour savoir que le langage est hermétique, ça prend un mode d'emploi pour le comprendre, faut être simple et accessible. C'est important car c'est des gens en vacances* ». Plusieurs exemples sous-tendent ce fait, pour un groupe de bénévole d'un autre musée, il s'est organisé pour leur faire visiter la réserve où sont entreposées les œuvres du musée qui ne sont pas exposées. Lorsque des visiteurs ont plusieurs visites de divers lieux à faire dans une même journée, l'informateur n'aura pas le même discours qu'avec d'autres qui ne font que cette visite. Le contenu est adapté.

Il y a aussi les groupes de décrocheurs qui y vont, il adapte le contenu selon l'échange qu'il a avec eux et tente de leur faire réaliser que ce qu'ils font n'est pas nécessairement nouveau : « *Les jeunes décrocheurs qui essaient de raccrocher, je les aime, ils ont une manière de dire les choses que d'autres oseront pas et ça me donne tout un défi que de ramener tout ça. Quand tu fais du TAG puis que tu prends ta canette, as-tu pensé que Riopelle faisait ça quarante ans avant toi? Si je peux rallumer quelque chose, c'est tout un défi!* » (Guide-bénévole, Lanaudière). Ce groupe participe aussi à un atelier d'appropriation.

Finalement, pour un groupe de travailleurs d'une compagnie de l'industrie papetière, il a organisé et monté une exposition ne contenant que des œuvres sur le papier. Il a remonté jusqu'à la provenance et l'origine du papier, fait sortir des œuvres en vélin qui est l'ancêtre du papier, en peau, avec des enluminures et leur a fait remarquer la manière dont la lumière joue sur le papier.

Pour le lieu géré par une Maison de la culture, le responsable de l'animation travaille avec les guides afin qu'ils soient en mesure d'établir le contact avec les visiteurs. Il reconnaît que l'exposition est extrêmement difficile d'approche et qu'elle peut en rebuter plusieurs car il s'agit d'art contemporain. « *On a tous eu la même réaction quand on a vu l'exposition : bon comment on va faire? Ça fait que si nous autres, qu'on travaille déjà dans le domaine on se dit ça, bien les visiteurs qui sont là 15 ou 30 minutes, bien comment eux autres vont recevoir cette exposition-là?* » (Responsable accueil et animation, Mauricie). Il a eu la réflexion qu'étant donné que ce sont les guides qui sont en lien avec les visiteurs, ce sont eux qui devaient faire un document de recherche sur chacun des artistes de l'exposition. « *Je voulais que ça*

*soit eux qui le fassent parce que c'est eux autres qui sont là et qui en parlent* ». (Responsable accueil et animation, Mauricie). De cette façon, les guides ont aussi été sensibilisés. Pour cette exposition, il a créé une activité : les jeunes font la visite à la lampe de poche et avec un questionnaire. Pour les plus jeunes, c'est un guide qui leur pose les questions, les plus vieux, capables de lire le font seul. Par la suite, une activité d'appropriation a lieu sur des thèmes ou des éléments de l'exposition.

Dans le cas du tour patrimonial, bien que le contenu de la visite ou du discours ne change pas en fonction des visiteurs présents, une attention est accordée à la vulgarisation du patrimoine. *« Pour rendre le texte plus facilement accessible, il est inséré dans des fictions qui sont toujours inspirées de réalités historiques, la rigueur est importante pour la compagnie. Il faut que ça soit facilement reçu, agréable à recevoir et que les gens ne soient pas rebutés. Le personnage que j'incarne sert aussi d'interface entre le contenu patrimonial et des gens qui ne sont pas nécessairement intéressés par ça d'emblée. Je veux rendre ça explicite aux gens »*. (Co-fondateur et comédien, Mauricie). Ce tour patrimonial offre également la chance aux visiteurs de revivre des événements du passé là où ils se sont déroulés, mais aussi en les faisant intervenir dans des scènes. Ces éléments permettent donc aux visiteurs de s'approprier le contenu. Ils ne sont plus là qu'en simples spectateurs mais jouent comme des comédiens. De plus, dans une des scènes où les visiteurs sont participants, des informations sur le personnage qu'ils jouent sont données. Les comédiens de tour patrimonial leur donnent aussi des informations de création telles que l'accent à prendre, l'intonation, le contexte finalement dans lequel s'inscrit la

scène. Il s'agit alors d'éducation quant à un contenu historique mais également d'appropriation, de transmission, d'accessibilité et de réception.

Finalement, pour les Corporations de développement culturel, les deux répondants estiment qu'il n'est pas facile de s'adresser à tout le monde. Leurs activités ou leurs actions sont davantage ciblées. *« Ça dépend des clientèles, des âges, des intérêts même si les projets s'adressent à tout le monde ça ne veut pas dire que ça va les intéresser »* (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie). Ce répondant estime cependant que les Journées de la culture, les spectacles dans les parcs, les ateliers culturels et le mois thématique s'adressent à tous. Un autre médiateur affirme que les actions sont vraiment pour un public cible. L'offre est adaptée selon les goûts et les intérêts de chacun. Pour la remise d'entrée gratuite, la tranche d'âge est également demandée aux gens afin de mieux répondre à leurs besoins.

Dans d'autres lieux, les activités pour les adultes sont moins nombreuses, moins organisées. Un guide affirme qu'il *« y a certaines journées, mais c'est pas clair et pas défini. Ils peuvent faire de la peinture dans les salles d'expositions du modèle vivant, il y a les Journées de la culture... »* (Guide-bénévole, Lanaudière). Il semblerait que les activités et les ateliers sont davantage axés sur les publics plus « problématiques » : les enfants, qui sont l'avenir de la fréquentation muséale. On tient à les prendre et à les habituer dès le plus jeune âge; les personnes âgées, on veut qu'ils se remémorent des souvenirs, qu'ils transmettent leurs savoirs à leurs petits-enfants et les décrocheurs ou les exclus culturellement.



### **La notion de témoin**

La notion de témoin est importante dans les institutions patrimoniales et muséales. Plusieurs lieux visités utilisent et sont à l'affût de l'utilisation du témoin. Le témoin qui a connu l'artiste ou le lieu fait foi d'authenticité. Nous reviendrons dans le chapitre suivant sur sa signification. Néanmoins, les lieux utilisent divers moyens tels que des vidéos où des personnes ayant connu les artistes parlent d'eux, comment ils étaient de leur vivant, comment ils voyaient la vie, les lieux, leurs traits de caractère, etc. L'incarnation du personnage est une autre façon d'amener le témoin. Concrètement, de voir le personnage arrivant du passé apporte une proximité, une démystification et une réalité plus accessible. Dans d'autres lieux, ce sont véritablement des témoins physiques ayant connu la personne ou le sujet : l'une étant la fille de l'artiste et l'autre ayant vécu avec le peuple en question. Ces témoins apportent une valeur ajoutée. D'autres outils sont utilisés : la citation d'artiste, le journal intime ou des empreintes de la main de l'artiste.

### **Le rôle des anecdotes et des légendes**

Les anecdotes et les légendes jouent aussi un rôle important dans le discours de la visite guidée. La nature des anecdotes varie d'un lieu à l'autre. L'anecdote apporte un réalisme et une authenticité. Les souvenirs tangibles du passé passent par elles. Les anecdotes ont plusieurs utilités : rappeler un scandale, un événement sordide, un moment inusité, démontrer le caractère d'un artiste, apporter une touche d'humour ou tout simplement pour briser le rythme. Les légendes jouent les mêmes rôles mais sont reliées aussi à une coutume.

### Commentaires des visiteurs face au travail des médiateurs

Quant aux commentaires des visiteurs, celui qui revient le plus souvent est que les « médiateurs » doivent apprendre beaucoup de matériel et qu'ils font du bon travail. Du côté des commentaires positifs, les visiteurs semblent satisfaits de leur visite, ont trouvé le personnel accueillant et chaleureux. Certains disent qu'ils comprennent mieux maintenant, que ça leur rappelle des souvenirs, les diverses clientèles apprécient les petites attentions que le personnel de l'endroit leur a accordées, par exemple : les enseignants apprécient qu'on leur ait fait du café et que les animations entrent dans leurs programmes scolaires ou les personnes âgées ont particulièrement aimé un propos du guide face au respect des aînés.

Pour les Corporations de développement culturel, les commentaires viennent plus de l'interne, car ils ont moins de contact avec les visiteurs. Les gens apprécient ce qu'ils font comme travail « *chaque fois que j'ai à solliciter les organismes culturels ou des gens du milieu, tout le monde est très très très ouvert. Là je travaille sur (tel projet) et je ne dirais pas que tout le monde est vendu, mais ils trouvent que c'est vraiment un très beau projet, tout le monde veut adhérer au projet* » (Médiateur culturel par intérim, Mauricie). D'autres commentaires sont plus négatifs mais ont trait à des éléments hors de contrôle ou qui ne sont pas du ressort du médiateur « *au niveau des spectacles dans les parcs, il y a des artistes qui n'étaient pas contents d'avoir juste la moitié de leur cachet parce qu'il pleuvait puis il y a des organismes qui pensent que la Corpo est subventionnaire, ça commence à presser que la*

*Politique de soutien sorte, pour baliser tout ça »* (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie).

Pour les lieux où un livre d'or est disponible, tous les guides avouent qu'ils lisent les commentaires au fur et à mesure. Certains lieux prévoient aussi des réunions ou des rencontres de suivi afin de faire le point et d'adapter les visites selon les commentaires recueillis. Toutefois, ces rencontres ont lieu à la fin de la saison ou mensuellement.

### **Retombées des activités mises en place**

La plupart des endroits estiment qu'il y a une fidélisation des lieux, que les gens reviennent et qu'ils en emmènent d'autres. Dans bien des cas, des visiteurs déjà venus amènent des invités venant de l'Europe. Il existe aussi le cas des groupes scolaires, les décrocheurs en phase de raccrocher et les groupes de personnes âgées. Néanmoins, même si les accompagnateurs viennent chaque fois avec les groupes rares sont ceux qui vont voir la même visite deux fois *« il n'y a pas un groupe qui va voir deux fois la même chose, l'animation n'est pas écrite donc elle change à chaque fois »* (Responsable de l'animation, Montérégie). La fidélisation se crée aussi par divers moyens tels que l'abonnement au lieu en tant que membre, donnant droit à l'entrée gratuite en tout temps ou encore par des rabais applicables à la boutique du musée. La fidélisation peut aussi se voir par les enfants qui reviennent, qui amènent leurs amis, leurs frères et sœurs et leurs parents *« Il y a un petit garçon, il doit maintenant avoir 11-12 ans, il a commencé très jeune en venant (à un autre lieu), je lui expliquais tout et il revient encore à chaque exposition avec son p'tit frère, il lui répète tout ce que je lui ai dit »* (Responsable accueil et animation, Mauricie).

En ce qui a trait aux impacts des activités, tous croient que celles mises en place ont un impact sur les gens « *Je ne serais pas assis ici si je n'y croyais pas* » (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie). Les impacts sont aussi observés dans la notion du jeu en lien avec l'apprentissage « *Je pense que oui, si tu es capable de les amuser tout en leur apprenant, c'est ben plus l'fun que d'être assis en classe* » (Guide-interprète, Laurentides).

Au niveau de la programmation et de l'aménagement des lieux, les activités et les expositions ont aussi un impact. Dépendamment de l'achalandage, une rotation de guide peut se faire plus ou moins à l'heure convenue, les fauteuils roulants doivent pouvoir circuler librement et où il est possible de faire des ateliers connexes ou en lien avec les expositions ou dans le cas où les gens sont sur appel durant l'année scolaire, rares sont les fois où personne n'est disponible. Sinon, c'est le responsable ou l'agent de communication qui fait la visite.

Il arrive aussi que des endroits pensent aux visiteurs et à leurs besoins et possèdent les outils pour y répondre « *on a un fauteuil roulant pour les personnes âgées, des places de stationnement pour handicapés, une distributrice d'eau et on met des tabourets pour les enfants dans les vitrines d'expositions pour qu'ils puissent voir les objets qu'il y a dedans. Dans la boutique, on met des objets à portée de main pour les enfants et les personnes en fauteuil roulant* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec).

Les heures d'ouverture sont aussi un élément stratégique dans l'achalandage des institutions. Dans certains cas, des études en haute et en basse saison ont été réalisées, des statistiques de fréquentation ont été colligées. Les lieux se sont adaptés.

Dans d'autres cas, les administrateurs aimeraient et souhaitent ouvrir les lieux à l'année mais faute de budget suffisant pour l'embauche d'employés ou pour que les lieux soient conformes aux conditions climatiques québécoises, ils ne peuvent réaliser ces vœux, pour le moment du moins. La plupart des lieux enregistrent une augmentation de l'achalandage. Les autres expliquent une diminution en raison du 400<sup>e</sup> de Québec.

Quant à savoir si ce qu'ils font est efficace, tous sont positifs. Ils clament à l'unanimité que c'est efficace « *sinon on ne le ferait pas ou différemment. Je pense qu'on a un certain poids, on est les porte-parole de l'institution, c'est nous qui sommes avec les visiteurs. Si une œuvre est dangereuse pour les enfants, on peut influencer les décisions* » (Guide-bénévole, Lanaudière). Un autre dit que c'est efficace, car les gens répondent bien. Un autre confie les dires d'un spectateur « *dans les spectacles dans les parcs le dimanche après-midi, une dame me disait qu'elle aimait venir à tous les spectacles, que ça brisait cette journée ennuyeuse pour elle, ça lui faisait du bien de venir écouter de la belle musique* » (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie). Mais aussi, en parlant des services et des conseils municipaux, « *Il faut les déranger jusqu'à tant qu'ils comprennent, on a un besoin urgent de médecins ici, il faut pouvoir rivaliser avec toute l'offre des grands centres* » (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie).

Les changements de comportements sont visibles par les commentaires des visiteurs. Leurs perceptions changent, ils avouent mieux comprendre et remercient les guides. En fait, il s'agit plus de changement de perception que de comportement à

proprement parler. Parfois, il est plus difficile de savoir « *J'espère que les gens sont plus sensibilisés à en connaître davantage, mais c'est difficile de savoir, je ne m'illusionne pas. Le changement réside dans les connaissances. Il y en a un pour qui ça l'a vraiment changé. Il a fait des recherches sur l'histoire de (nom de ville)* » (Co-fondateur et comédien, Mauricie). D'autres changements de comportements ont trait au coût d'entrée. Dans un premier temps, des visiteurs sont rébarbatifs à payer pour entrer dans tel lieu, mais à la suite de la visite guidée, ils comprennent. D'autres « *vont entrer ici de manière neutre mais après la visite (nom de la pièce) pis après la visite complète puis de toute l'histoire de ce qui s'est passé ici, les gens peuvent pas sortir d'ici sans le sourire* » (Agent de développement artistique et des communications, Centre-du-Québec).

### **Importance du métier**

Que ce soit avec les autres guides ou avec les autres employés du lieu, les « médiateurs » entretiennent des relations à l'intérieur des lieux. Certains connaissent des liens plus amicaux que d'autres « *Ah ben oui! On est tous des amis à l'extérieur* » (Guide-bénévole, Lanaudière) ou encore « *On est une belle gang, on n'est pas des amis proches, mais je les affectionne particulièrement, on est allé souper ensemble la semaine passée* » (Guide-animateur, Mauricie). Il existe aussi les liens professionnels tant à l'interne qu'à l'externe du lieu. Tous se donnent des trucs, s'entraident pour les questions dont ils ne connaissent pas la réponse, se demandent quoi faire avec tel type de clientèle ayant un besoin spécifique.

Dans le cas du tour patrimonial, les comédiens échangent entre eux à la fin du spectacle. Ils discutent sur ce qui a plus ou moins bien fonctionné, sur la prestation

des comédiens-visiteurs, etc. Ils fréquentent aussi ce que les autres metteurs en scène font. Cela leur permet d'avoir une idée de ce qui se fait et de connaître le talent des autres comédiens, dans le cas d'une éventuelle embauche ou d'un besoin d'engager quelqu'un d'autre.

Un autre informateur affirme ne pas entretenir de lien avec d'autres médiateurs à l'externe, car peu de lieux ressemblent au sien. Par contre, il discute beaucoup avec les autres employés de son institution. Ils leur donnent les commentaires qu'ils ont entendu des visiteurs ou que les visiteurs leurs ont fait. L'un des employés lui raconte aussi des faits nouveaux, pensant qu'ils ne se retrouvent pas dans les livres. Il s'agit d'informations pouvant compléter ou améliorer ses animations, apportant des informations factuelles, qui se sont réellement passées ou selon la réalité de l'époque.

Dans une autre institution, le directeur dit qu'il entretient des liens avec d'autres, en complémentarité « *On ne travaille pas pour se nuire, mais pour s'entraider* » (Directeur, Centre-du-Québec). Ce dernier fait partie de plusieurs regroupements, comités et tables.

Pour les Corporations de développement culturel, c'est essentiel d'entretenir des liens avec d'autres personnes exerçant le métier même s'ils n'ont pas le titre de médiateur. Ils ont des échanges lors de divers événements tels que les congrès ou les colloques. Ils échangent aussi par courriel. L'un des répondants a des projets de collaboration sous forme d'exposition itinérante qui se tiendrait à tour de rôle, dans trois villes, mais aussi sous forme de concours pour les artistes.

Pour terminer ce thème, nous avons demandé aux « médiateurs » rencontrés s'ils pensaient que leur métier était important au sein de leur institution et comment ils le qualifieraient. Nous avons donné les termes : utile, nécessaire et indispensable. D'abord, sans surprise, tous le croient important mais apportent des nuances. Un explique son importance par la nature du lieu « *c'est une institution qui a besoin de guide. Le patrimoine ce n'est pas comme un musée où que tu as des panneaux à la limite (nom de lieu) n'a pas besoin de guide, mais les autres lieux c'est essentiel parce que tu n'as pas de panneaux, ce sont des lieux vivants, ce ne sont pas des musées, le patrimoine ce n'est pas figé, il y a des gens qui habitent ici puis d'autres qui ont habité ici* » (Guide-interprète, Laurentides). D'autres vont jusqu'à dire que s'ils n'étaient pas là c'est l'institution qui ferme « *c'est très important, c'est moi qui est avec les visiteurs, s'il n'y a pas de guide, il n'y a plus d'institution* » (Guide-animateur, Centre-du-Québec) ou encore « *c'est important pour l'institution car ils n'auraient pas les moyens de payer des guides, s'il n'y a pas de guide-bénévole, il n'y a pas de service éducatif. Je suis indispensable, sinon c'est le service qui tombe* » (Guide-bénévole, Lanaudière). D'autres estiment qu'ils font partie intégrante de l'attrait « *c'est très important, c'est moi en quelque sorte qui constitue l'attrait, pas de guide, pas de visite. Sinon, les gens ne verraient pas toute la symbolique et tout ce qui se cache derrière les œuvres* » (Guide-animateur, Mauricie).

Il y a aussi ceux qui l'interprètent de manière administrative. Leur poste contribue à un meilleur fonctionnement de l'institution et à son développement « *l'autre personne en place était beaucoup trop débordée, il y avait beaucoup de beaux projets qu'on ne peut pas passer à côté, ça fait partie de la mission du lieu, ça*



*fait qu'il est indispensable* » (Responsable accueil et animation, Mauricie) « *Ça permet de diviser la tâche du directeur qui le faisait seul avant, ça permet aussi de développer, ce qu'il n'avait pas le temps de faire* » (Agent de développement artistique et des communications, Centre-du-Québec).

Finalement, le devoir de citoyenneté ou de communautarisme occupe une importance dans le métier. « *On a un devoir de mémoire pour être un bon citoyen, faut connaître certaines choses pour avoir une société en forme et en vie* ». (Co-fondateur et comédien, Mauricie), mais aussi parce que « *c'est un poste bénéfique, c'est un poste qui ajoute à la concertation, qui mobilise, qui permet au développement de la communauté [...] au niveau de la culture c'est indispensable aussi parce que la culture c'est une identité aussi donc de permettre aux gens, à tout le monde d'y accéder...* » (Médiateur culturel par intérim, Mauricie). Ce dernier volet nous renvoie à la fonction de transmission.

### **Perspectives d'avenir**

En ce qui a trait aux perspectives d'avenir pour la médiation culturelle, tous les répondants sont unanimes : elle va se développer, les musées seront davantage fréquentés car ils sont plus publicisés, il y a plus d'activités médiatisées (Journées de la culture, Journées des musées, etc.) et les enfants sont amenés plus tôt dans les institutions. Divers programmes scolaires vont aussi contribuer à augmenter la fréquentation des lieux. Mais aussi, « *les gens s'intéressent plus à la culture de leur localité* » (Guide-interprète, Laurentides) et ils sont de plus en plus exigeant selon certains guides « *les gens sont de plus en plus exigeants, ils pourraient demander qu'on ait une meilleure formation, que les guides suivent des cours sur le sujet,*

*qu'on fasse des comédiens comme (nom de lieu) »* (Guide-animateur, Centre-du-Québec).

D'autres croient que la médiation devra s'étendre sur l'ensemble du territoire québécois « *moi je souhaite à tout le moins que ça se propage partout au Québec [...] c'est un modèle qui est appelé à être appliqué un peu partout* » (Médiateur culturel par intérim). Un autre revient sur l'idée que le métier de médiateur n'est peut-être pas si nouveau, il estime aussi que ça ne fait pas longtemps que le métier de médiateur culturel est discuté « *je pense que ça s'est toujours fait, ce qui est nouveau c'est qu'on s'assoit et on réfléchit à ce que c'est puis on va essayer d'en faire, mais aussi il va falloir l'asseoir un peu plus, l'installer plus, faire des choses plus concrètes, que ça soit connu* » (Agent de développement et de médiation culturelle, Mauricie). Un autre affirme que tous les musées devraient avoir des guides, ajoutant même que « *les grands musées devraient avoir un guide par section, qui va être vraiment renseigné sur sa section, qui peut faire remarquer des éléments dans les œuvres. Le contact humain est important, on se sentirait moins comme un numéro* » (Guide-animateur, Mauricie). Un autre pense que son lieu de travail aura une meilleure visibilité à l'échelle internationale « *ça va être plus grand, il va y avoir de l'art contemporain international, il va y avoir plus de visibilité, une ouverture plus internationale et moins régionale, l'éventail de l'offre sera plus large* » (Guide-bénévole, Lanaudière).

Les « médiateurs » sont confiants que leurs lieux de travail seront plus fréquentés dans quelques années et ils discutent des rénovations et des agrandissements qu'ils pensent nécessaires ou utiles et de l'administration qui

pourrait changer. Un guide vient de vivre un changement de direction « *les choses vont changer, avec la nouvelle supérieure, elle va amener des nouvelles choses, des nouvelles manières de vendre l'endroit et les produits dérivés. Aussi, avec les nouveaux guides à chaque année, ça va améliorer les animations, ça deviendra jamais redondant* » (Guide-animateur, Mauricie).

La réponse est tout aussi positive quant à savoir si les institutions muséales et patrimoniales devraient être davantage à l'affût de la médiation culturelle. Les raisons sont diverses, allant du lieu vivant à la notion économique et rentable, en passant par la préoccupation face aux visiteurs. Le lieu patrimonial est vivant, des gens l'ont habité, des événements s'y sont déroulés, il importe que le message passe et que le souvenir reste « *un monument, ce n'est pas un endroit mort, ce n'est pas un cadavre qu'on essaye de disséquer puis de regarder, en tout cas, pour moi c'est quelque chose de vivant [...] il y a eu du monde qui y ont vécu, il y a du monde qui y sont nés, qui y sont morts* » (Guide-Interprète, Laurentides). Mais aussi, « *c'est les priorités en partant! C'est pour ça qu'on fait commencer directement à (nom d'une pièce), on touche les gens en partant en les emmenant dans la pièce maîtresse [...] faut aussi comprendre que les artistes qui ont vécu ici voyaient l'endroit comme un centre culturel, ils voyaient pleins d'enfants ici, pleins de gens parce quand ils étaient là, il y avait des ateliers qu'ils donnaient* » (Agent de développement artistique et des communications, Centre-du-Québec).

D'autres croient que c'est la médiation culturelle qui fera en sorte que les visiteurs vivront une expérience optimale et que le renouvellement des publics passera par elle « *c'est important pour le renouvellement des publics, que ça soit pas*

*juste des têtes grises ou l'élite [...] c'est important aussi de savoir comment se comporter devant un spectacle, ça fait partie du développement du citoyen »* (Cofondateur et comédien, Mauricie) ou encore *« c'est important, car le visiteur vient pour observer quelque chose, il faut s'ajuster à ses besoins, à ce qu'il veut savoir, il faut le connaître, le lien va être plus grand, plus personnalisé »* (Guide-animateur, Mauricie).

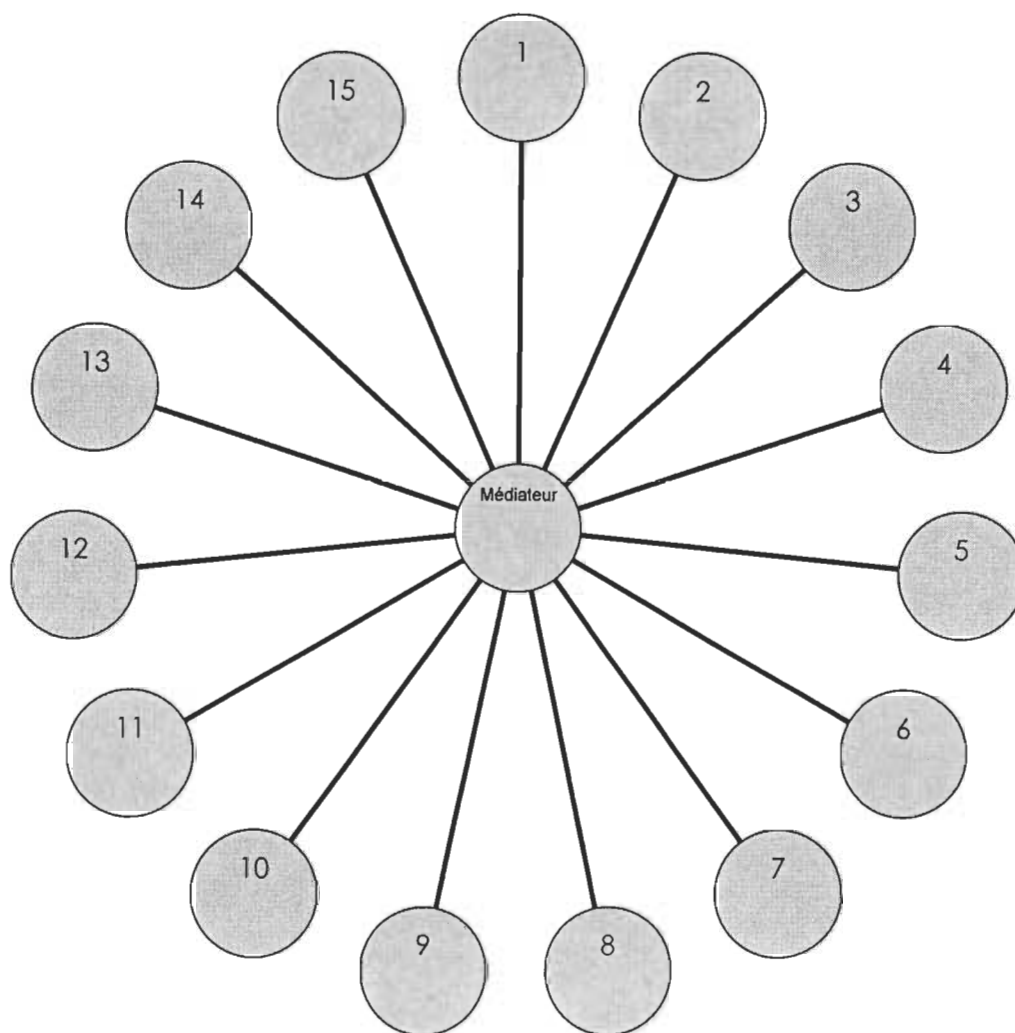
D'autre part, quelques « médiateurs » apportent des éléments de réflexion. Pour l'un, la médiation culturelle doit rester discrète dans ses actions, surtout en ce qui concerne les exclus de la culture *« c'est vraiment de travailler dans l'ombre parce que ça l'a une grande importance au niveau de la confiance, au niveau de la fiabilité de tout le réseau mis en place puis il y a une importance au niveau de la discrétion puis au niveau de la confidentialité moi je n'en ferais pas plus la promotion que ça »* (Médiateur culturel par intérim, Mauricie). Alors qu'un autre estime que c'est plus important au niveau de ceux qui ne sont pas sensibilisés par le thème de son lieu de travail *« la personne sensibilisée à (thème) s'en fout un peu plus. Pour les autres c'est important de briser les images et les croyances erronées [ajoutant même] pour un musée d'art c'est peut-être moins important »* (Responsable de l'animation, Montérégie).

Finalement, pour l'aspect monétaire, un guide affirme que *« plus l'institution va aller chercher des gens, plus elle va augmenter ses moyens financiers, ça va faire tourner la roue »*. Il ajoute, sur la question de la privatisation et du soutien de l'état *« par contre, je n'aime pas que la culture soit étatique, car c'est dangereux que ça aille dans le sens qu'ils veulent. Il ne faut pas trop privatiser non plus. Il faut qu'il y*

*ait un équilibre entre la liberté de l'artiste, la liberté d'expression et le soutien du gouvernement [...] avant il y avait des mécènes maintenant les grands (nom de compagnie) de ce monde achètent et font leurs collections, ce n'est plus du mécénat. Ça aide les artistes, mais c'est la collection de la compagnie qu'on va visiter, pas celle de l'artiste » (Guide-bénévole, Lanaudière).*

À la lumière des résultats que nous venons de présenter, nous sommes aptes à proposer un éventail des fonctions et des tâches réalisées par les médiateurs culturels rencontrés. La prochaine figure (Figure 5) recense les quinze fonctions que nous avons retenues et retirées de nos entretiens et de nos observations dans le cadre de cette recherche. Nous les présenterons et les expliciterons, une à une, dans le prochain chapitre.

**Figure 5. Univers du médiateur culturel, ses fonctions et compétences.**



1) Communication	6) Accessibilité	11) Appropriation
2) Transmission	7) Diffusion	12) Gestion
3) Interprétation	8) Développement	13) Promotion
4) Animation	9) Réception	14) Conseil
5) Éducation	10) Adaptation	15) Soutien

## CHAPITRE 4 :

### INTERPRÉTATION ET DISCUSSION

Dans ce chapitre, nous interpréterons les résultats décrits dans le chapitre précédent, au regard des quinze fonctions retrouvées précédemment. De plus, nous expliciterons l'importance des notions du lien de confiance entre le médiateur et les publics, mais aussi celle de la sensibilisation. Nous ferons également des liens entre nos résultats et ceux des études recensées au premier chapitre. À l'issue de l'analyse des résultats, nous sommes en mesure de proposer un modèle du processus de la médiation culturelle dans les institutions visitées. Les résultats nous permettent aussi d'identifier deux logiques de la médiation culturelle, nous les présenterons et les expliquerons.

### **1) Communication**

La communication est la base de la visite guidée et de la médiation culturelle, car elle constitue la relation bidirectionnelle entre le médiateur et les publics. Ainsi, elle peut se faire de diverses manières et selon divers moyens. La façon dont le discours est livré revêt une importance majeure dans l'établissement de liens et d'interactions entre les médiateurs et les visiteurs. Sylvie Lacerte estime d'ailleurs qu'il s'agit d'une traduction de l'objet, du sujet ou de l'exposition. La mise en scène de la visite guidée en est un moyen, mais il en existe plusieurs autres tels que : le livre d'or, les fiches de sondage et la communication bidirectionnelle.



Le livre d'or constitue un moyen par excellence de communication entre les visiteurs et les différents professionnels des institutions. En effet, le visiteur peut donner son avis et ses commentaires sur son expérience, indirectement du médiateur. En effet, le visiteur a ainsi la liberté d'écrire et de faire connaître son avis sans avoir à le faire directement à la personne l'ayant accompagnée. Quelques institutions visitées possèdent un tel livre et les autres ont affirmé qu'ils projetaient son établissement. Les médiateurs rencontrés sont conscients de l'importance du livre d'or tout en avouant que peu de rétroaction, de la part des supérieurs, l'accompagne.

Les fiches de sondage sont aussi un moyen utilisé afin d'évaluer le travail des médiateurs. Cet outil, souvent réalisé par la direction ou le supérieur du service éducatif, permet de connaître la performance du médiateur selon l'avis des visiteurs, par l'emploi de critères. À quelques endroits, les visiteurs qui remplissaient ces fiches étaient également éligibles à un tirage de panier-cadeau.

Finalement, la communication bidirectionnelle constitue sans doute le moyen le plus direct et permet un ajustement plus rapide, pour ne pas dire sur le champ. En effet, cet échange sur le vif entre médiateur et visiteur permet au médiateur de savoir immédiatement ce qui fonctionne bien et moins bien.

## **2) Transmission**

La transmission est importante, car elle assure une pérennité (Baillargeon, 2007). Ainsi, un des informateurs rencontrés a indiqué un nouveau programme, qui, selon lui, est en soi une innovation. En fait, ce musée a élaboré une activité de transmission

intergénérationnelle où les grands-parents peuvent transmettre des souvenirs et des connaissances à leurs petits-enfants.

Rappelons également que la transmission du savoir était importante chez Sylvie Lacerte. Dans sa thèse, elle expliquait que la transmission du savoir atténuait le conflit entre les institutions et les visiteurs. Dans la même veine, ce guide-bénévole travaille en ce sens avec les jeunes décrocheurs, en leur faisant remarquer que ce qu'ils font maintenant avec leur canette de peinture, d'autres artistes le faisait avant. Ce qui revient d'ailleurs à ce que Mucchielli affirmait dès 1969 : que le médiateur était celui qui assurait le relais de la transmission.

Les médiateurs que nous avons rencontrés ressentent tous un intérêt pour le lieu ou l'institution. Il s'agit pour eux d'une motivation, mais également, d'un souhait ou d'un vif intérêt de transmettre ou de faire connaître ce qui les passionne. En d'autres termes, ils ont l'impression qu'ils peuvent apporter quelque chose de plus dans la transmission culturelle et patrimoniale.

Un autre aspect semble primordial dans la visite guidée. Michelle Gellereau avait observé que lorsque les visites guidées étaient réalisées par des guides-témoin, les visiteurs étaient davantage intéressés. Le « témoin » apporte une touche d'authenticité et de réalisme. Qui de mieux pour expliquer une situation que la personne l'ayant elle-même vécue? Lors de notre collecte de données, nous avons observé le même effet. Dans quelques lieux, où des gens avaient connu et vécu soit avec l'artiste ou avec des peuples que l'exposition présentait, les visiteurs s'avéraient très positifs et curieux face aux témoins. Ces derniers apportent une transmission directe et plus intime que d'autres, n'ayant pas vécu la situation, peuvent le

rapporter. Les témoins possèdent un savoir et des connaissances qui permettent aux visiteurs de les acquérir.

Dans la foulée de l'acquisition de connaissances, certains médiateurs ont expliqué que la transmission avait aussi un rôle important pour le devoir de citoyenneté ou de communautarisme. En effet, selon eux, il est primordial que la culture et le patrimoine soient transmis et que cette transmission permette de devenir de meilleurs citoyens et de mieux vivre dans sa collectivité. L'un des exemples soutenus consistait dans la connaissance et de savoir la raison de l'appellation des rues. En fait, pendant le tour patrimonial, un visiteur avait dit à son enfant « *Bon maintenant, on va savoir pourquoi cette rue s'appelle comme ça!* ».

La transmission et l'éducation peuvent également s'observer et se réaliser par la reconstitution d'univers originaux. À titre d'exemple, des habitats ou des lieux où l'artiste ou le sujet ont évolué peuvent être refaits et rebâtis. Cette façon de faire permet une transmission physique et davantage visuelle de l'espace d'origine.

### **3) Interprétation**

L'interprétation découle de la communication. Elle est un moyen de faire passer le message muséal et patrimonial. Souvent, l'interprétation est utilisée par l'incarnation de personnage, soit historique ou du contexte présenté. Quelques institutions rencontrées usent de cette forme d'interprétation. L'incarnation de personnage et le costume apportent tout autant une démystification et une authenticité au même titre que la reconstruction d'univers originaux, explicités auparavant.

L'interprétation constitue également une manière de présenter ou de faire comprendre des éléments. Les différentes formes de visites guidées ou de spectacles sont issues de recherches sur le sujet. Ces recherches faites par la direction ou par les médiateurs leur permettent dans un premier temps de connaître et de comprendre ce qu'ils auront à transmettre. Ainsi, ils peuvent se faire une idée ou des scénarios afin de vulgariser et de rendre accessible le contenu.

#### **4) Animation**

L'animation fait en sorte de donner de la vie aux objets ou aux œuvres présentées. Elle est aussi une manière de faire et de communiquer. Toutefois, elle s'adresse, selon les médiateurs rencontrés davantage aux groupes de camp de jour ou visiteurs en vacances. Tel que mentionné au premier chapitre, l'animation est ici vue comme une fonction de la médiation culturelle et non prise dans le sens du métier culturel tel que décrit par Jean-Marie Lafortune :

« L'animation culturelle se définit au Québec comme une intervention planifiée visant le développement de la dimension expressive de la culture, d'une part, en rehaussant les compétences et la participation culturelle et, d'autre part, en stimulant la créativité dans différents milieux : institutionnels, communautaires, artistiques, culturels et de loisir. Elle se fonde sur des analyses combinant des théories et des méthodes empruntées aux sciences sociales, au domaine des arts ainsi qu'aux théories de l'information et de la communication » (Lafortune, *Lien social et Politiques*, no 60, 2008, p. 49).

En fait, dans ce contexte, nous penchons davantage pour la définition de Michelle Gellereau, pour qui l'animateur est : « Je qualifierai d'animateur le statut relationnel qui consiste à mettre l'accent sur l'activité du récepteur, soit par le biais d'animations soit en faisant appel à son goût, son jugement ou son expérience pour fonder

l'activité de la visite » (Gellereau, 2005, p. 79). À ce titre, rappelons que les médiateurs ont, pour la plupart, affirmé que selon eux, ils étaient plutôt animateurs lorsqu'il s'agissait d'amuser les visiteurs, jeunes et moins jeunes, où l'occasion nécessitait moins l'éducation et l'apprentissage de connaissances que de s'amuser. Néanmoins, ces médiateurs ont ajouté qu'il était important de s'amuser pour apprendre.

### **5) Éducation**

L'apprentissage de connaissance se fait par l'éducation. C'est par elle que le message patrimonial ou muséal passe. L'acquisition de connaissances serait-elle un moyen de pallier le discours péjoratif de la visite guidée ou face aux institutions muséales et patrimoniales? Selon Isabelle Beauvais, il semblerait que oui. Nous l'avons également observé. Dans le tour patrimonial, quelques scènes requièrent la participation du public. Dans l'une d'elles, toutes les informations sont données aux visiteurs-acteurs. En fait, en plus du texte qu'ils ont à jouer, un court texte leur est donné, expliquant l'accent anglophone à prendre ainsi qu'une courte biographie du personnage à jouer. Ainsi, ils savent maintenant qui était et ce qu'a fait le personnage qu'ils interprètent. Il s'agit d'un moyen d'éducation d'un contenu historique, qui serait peut-être difficile à assimiler ou à figurer sans ces informations.

Il est aussi important de rappeler que plusieurs institutions possèdent un service d'éducation. Dans bien des cas, ce sont les personnels de ces services qui pensent et élaborent les visites guidées. En fait, nous axons davantage notre analyse sur les interactions entre visiteurs et médiateurs. De plus, ce sont par eux que passe cette fonction, car ils sont en lien directement avec les visiteurs.

Revenons sur la notion du témoin. Tel qu'explicité avec la transmission, le témoin semble avoir une longueur d'avance en terme de proximité avec le sujet traité étant donné qu'il connaît exactement de quoi il en retourne. Il a connu personnellement les personnes ou les situations, il peut donc évoquer ou informer sur des connaissances que lui seul sait.

## **6) Accessibilité**

L'accessibilité peut être soit physique ou dans l'acquisition de connaissances. On peut rendre accessible un lieu, un thème ou un sujet. D'ailleurs, dans sa thèse de doctorat, Sylvie Lacerte s'est intéressée à l'accès au sens de l'art. Nous avons également repéré cette idée dans notre collecte de données. D'abord, le niveau de langage utilisé par les médiateurs permet de rendre le sens des œuvres, du sujet ou de la thématique accessible. Les anecdotes et légendes permettent aussi que le contenu soit plus accessible.

Dans un autre ordre d'idée, plusieurs médiateurs ont affirmé qu'il y avait divers problèmes du cursus pédagogique dans les écoles. Ils estiment que les enfants manquent d'éducation culturelle et historique, que les programmes pédagogiques ne sont pas assez complets et qu'il faut sensibiliser les écoles à cet égard. Les institutions rencontrées souhaitent développer les groupes scolaires ainsi que les activités faites spécialement pour les enfants. Certains réalisent aussi des activités selon les trois cycles du primaire.

Du côté plus physique, certaines institutions possèdent toute une panoplie tactile pour les différents types de visiteurs. Certains objets peuvent être touchés par tous les

types de visiteurs tandis que d'autres s'adressent à chacun d'entre eux. De plus, une institution a instauré des moyens afin de rendre les salles d'exposition et son lieu accessibles à tous. En effet, pour les enfants et les personnes en fauteuil roulant, elle a pensé mettre les vitrines plus basses dans la boutique afin qu'ils puissent manipuler les objets à leur guise. Il y a aussi des tabourets dans les salles d'exposition dans le cas où les objets ou les œuvres présentés sont plus haut. De cette manière, les enfants peuvent monter sur les tabourets et les voir. L'institution possède aussi un fauteuil roulant, pour les personnes âgées qui ne peuvent rester longtemps debout.

### **7) Diffusion**

La diffusion semble une fonction sous-jacente à la médiation culturelle et comme allant de soi. Néanmoins, divers moyens sont entrepris par les médiateurs afin de remplir cette fonction. Dans un des lieux visités, le médiateur explique qu'il retranscrit toutes les informations d'une exposition lorsqu'elle se termine, pour ensuite les diffuser sur leur site Internet. D'ailleurs, à ce sujet, souvenons-nous d'Ève Dorais qui avait étudié la diffusion par la documentation produite par les centres d'artiste lors d'une exposition.

Pour les Corporations de développement culturel, la diffusion fait partie intégrante d'un volet de leurs tâches. D'ailleurs, l'un des répondants disait que sa tâche était séparée en deux, la diffusion et la médiation. Il affirmait que la diffusion consistait à développer les publics des niveaux scolaires, mais aussi au niveau du grand public dans les programmes et les activités culturelles offerts par la Corporation de développement culturel. Entre autres, ces programmes et activités comprennent les domaines du théâtre et de la danse. Pour l'autre Corporation de

développement culturel, la diffusion consiste à faire connaître les activités qu'elle déploie. En fait, pour tous les lieux, la diffusion a trait à faire connaître les activités, les programmes et les divers moyens mis en place pour attirer les visiteurs et sensibiliser les publics à ce que les institutions offrent. Enfin, d'autres lieux informent les publics sur les nouvelles activités mises en place, selon les divers groupes. Plus explicitement, une des institutions offre des activités de transmission entre grands-parents et petits-enfants, elle use de divers moyens pour informer les publics potentiels. Par contre, nous ne nous éterniserons pas sur cet aspect, car il est étroitement lié à la promotion, que nous verrons plus tard.

#### **8) Développement des activités et des stratégies d'actions**

La médiation culturelle sous la notion de l'accessibilité des lieux et des œuvres aux publics se préoccupe aussi de développer des activités et des stratégies d'action. Ainsi, les médiateurs face à cette nécessité développent ou souhaitent des actions pour les divers groupes de visiteurs. Un guide affirmait que dans son lieu de travail il y avait des activités destinées aux enfants, mais que peu étaient intéressantes. Ainsi, lui et les autres guides développaient, au moment de notre collecte de données, un jeu de rôle afin de mieux faire assimiler le contenu de la visite. Un autre disait qu'il y avait des activités spéciales lors de journées thématiques, mais que ce n'était pas très encadré et précis et qu'il croyait qu'il s'agissait de pouvoir peindre dans les salles ou de faire du modèle vivant. Plusieurs ont également soutenu qu'ils réfléchissaient à développer les activités pour les groupes d'étudiants de niveau secondaire, collégial, universitaire et même dans des domaines divers de l'enseignement professionnel. Un des répondants a d'ailleurs affirmé qu'un groupe d'étudiants en ébénisterie étaient



allé voir une exposition de jouets en bois et qu'ils avaient vivement apprécié l'expérience.

Un autre médiateur a évoqué le renouvellement des publics par le développement des activités. Il disait qu'afin que la culture et que le message patrimonial passent, chez tous les types de publics, il fallait que les activités et les actions soient développées. Sans cela, il allait jusqu'à dire que la culture resterait élitiste et qu'on ne verrait encore que des gens plus âgés dans les institutions.

### **9) Réception des œuvres ou du lieu chez les visiteurs**

La réception est la fonction qui s'intéresse à la manière dont le message sera reçu par les visiteurs. Il semble possible d'évaluer la réception par les retombées de l'activité ou de la visite. Est-ce que les gens reviennent? Est-ce qu'ils amènent d'autres visiteurs? En parlent-ils à d'autres? Est-ce que les enfants amènent leurs parents, leurs frères, sœurs, amis? Face à ces questions, les médiateurs ont, pour la plupart, répondu par l'affirmative. Presque tous ont perçu et sont capables d'affirmer que leur lieu de travail connaît une fidélisation. De même, l'un des répondants a indiqué le cas d'un garçon qui revient maintenant à chaque exposition et qui emmène son petit frère, il lui explique tout ce que le médiateur lui a dit. Plusieurs moyens peuvent être employés, nous y reviendrons dans la fonction « promotion ».

Les médiateurs nous ont informés de plusieurs changements de comportement ou d'attitude chez les visiteurs. Dans un lieu, entre autres, nous avons observé que des visiteurs ne voulaient pas payer pour visiter l'institution prétextant qu'il ne s'agissait que d'un lieu religieux. Par contre, à la fin de la visite, ils se sont rendus à l'évidence

qu'il s'agissait bien plus que ce dont ils croyaient. Dans un autre lieu, le médiateur tente de séduire les visiteurs en les emmenant dès le début dans la pièce maîtresse de l'institution. Rappelons également l'exemple de cet autre lieu où il s'agissait d'une exposition d'art contemporain. Le médiateur s'est demandé « mais comment on va faire? Comment elle va être reçue? ». Ce dernier exemple renvoie à l'étude d'Isabelle Beauvais, qui avait étudié l'effet d'un texte écrit de la main de l'artiste expliquant son œuvre. Les visiteurs avaient vu l'œuvre une première fois, sans lire le texte et une seconde fois, après en avoir pris connaissance. Elle en était arrivée à la conclusion que dans certains cas, le texte avait eu un effet positif sur la réception de l'œuvre par les visiteurs.

La réception peut également s'avérer positive alors que le vocabulaire est adapté. Plusieurs nous ont dit qu'il fallait employer des mots simples et compréhensibles. À titre d'exemple, rappelons le guide-bénévole qui indiquait qu'il fallait lire des catalogues d'exposition pour se rendre compte que le vocabulaire était hermétique.

Dans un autre ordre d'idée, les thèmes et les cas d'expositions plus difficiles d'approche où les enjeux sont plus personnels et viennent chercher les valeurs des visiteurs font également partie de cette fonction. Nous avons visité quelques institutions de ce type. Tous les médiateurs de ces lieux s'organisent et réfléchissent à la meilleure manière possible pour que le message soit bien reçu. Parfois, lorsque les commentaires ou les discours négatifs ne cessent pas, les médiateurs vont intervenir avec respect envers les visiteurs, mais tout en leur faisant comprendre le discours exact du sujet. Ou encore, d'autres vont faire des liens avec l'actualité ou vont insérer des fictions, mais tout en gardant la rigueur du sujet principal. Pensons à

cette guide-bénévole qui fait réfléchir les jeunes décrocheurs au sujet de leur TAG et que Riopelle faisait la même chose plusieurs années avant. Ou, à ce cofondateur et comédien qui ajoute quelques informations fictives tout en gardant le discours historique et patrimonial.

L'usage des anecdotes et des légendes collabore également à une réception idéale. En racontant des anecdotes, les médiateurs viennent titiller les visiteurs par des faits soit scandaleux ou humoristiques. Ce qui apporte une pause ou une coupure dans la visite et stimule à nouveau les visiteurs.

### **10) Adaptation**

L'adaptation est liée aux types de groupes et désigne l'ajustement du propos ou de l'activité selon les visiteurs. Tel que les résultats le démontrent, les médiateurs rencontrés s'intéressent à divers visiteurs : enfants de camp de jour, les élèves du primaire et du secondaire, les adultes avec enfants, les familles et les personnes âgées. Il est à noter que le groupe des adultes préoccupe aussi les médiateurs, mais dans leurs particularités ou problématiques. Comme dans le cas du groupe de jeunes décrocheurs qui tentent de s'en sortir, c'est par leurs problématiques ou par leurs caractéristiques propres que le guide bénévole va s'y intéresser. Il leur fera remarquer des éléments qu'ils trouvent dans leur quotidien, il veillera à rallumer la flamme ou l'étincelle. Il y a aussi l'exemple du groupe de travailleurs dans une industrie papetière. Rappelons que ce même guide leur a monté une exposition constituée que d'œuvres en papier.

La typologie de visiteurs que nous avons décelée correspond, en partie, à celle décrite par Nathalie Montoya dans son article « Médiation et médiateurs culturels : quelques problèmes de définition dans la construction d'une activité professionnelle », dans la revue *Lien social et Politiques*, numéro 60. Elle présente sa typologie « en fonction de caractéristiques socio-professionnelles : « scolaires », « étudiants », « comité d'entreprise », « travailleurs sociaux », « associations » » (Montoya, *Lien social et Politique*, no 60, 2008, p. 29). Dans le cas de notre étude, nous avons divisé les enfants selon les catégories émises par les médiateurs : camp de jour, primaire (selon les cycles du primaire) et secondaire. Dans quelques institutions, des programmes éducatifs sont élaborés selon le cycle du primaire où les enfants se trouvent. Nous avons également ajouté la catégorie des personnes âgées, les décrocheurs, les adultes avec enfants et les familles. Tel que nous l'avons observé dans les résultats, le groupe des adultes avec enfants revêt une importance dans la stratégie du médiateur. Plus précisément, certains vont prévoir leur animation davantage en fonction des enfants afin que tous puissent vivre une expérience optimale et satisfaisante. Pour d'autres médiateurs, il s'agira de séparer les adultes des enfants et de faire des visites adaptées à chacun : un guide s'occupera des enfants et l'autre des adultes.

La visite sera également adaptée selon l'horaire de la journée. Par exemple, le parcours et le discours de la visite ne seront pas les mêmes pour un groupe qui fait plusieurs visites dans une même journée que pour un autre qui s'est déplacé que pour cette visite.

Le vocabulaire, le niveau de langage, la quantité et le type d'information seront aussi adaptés en fonction des visiteurs présents. Plusieurs médiateurs ont d'ailleurs affirmé qu'ils y allaient selon l'intérêt des visiteurs, s'ils posent des questions et le type de questions. Si les gens accrochent davantage sur un type d'information plutôt que sur des faits historiques. Notons toutefois que le médiateur du Tour patrimonial affirmait que le discours de la pièce n'était pas adapté selon les visiteurs, car il était fait pour « grand public ».

L'adaptation existe également en ce qui a trait à l'achalandage des lieux. Dans un premier temps, quelques médiateurs ont affirmé que des études de fréquentation et en temps de haute et de basse saisons ont été effectuées par les administrateurs des institutions. Un autre nous a aussi dit que ça faisait plusieurs années qu'il recueillait des statistiques de fréquentation du quartier dans lequel évolue son entreprise.

L'adaptation des horaires et des heures d'ouverture est aussi fréquente et les médiateurs sont souples à cet égard. Concrètement, ils adaptent et modifient aisément les horaires, soit de rotation des guides à travers les lieux ou bien les heures d'ouverture, en fonction des groupes de visiteurs. Un groupe peut réserver pour diverses activités dans certains lieux, en dehors des heures d'ouverture fixées. De même, pour les groupes qui accusent un retard, on les accueille à bras ouverts.

Toutes ces adaptations semblent aussi correspondre à ce qu'Ève Dorais expliquait dans son étude : que la médiation est adaptée selon l'institution et selon les particularités des différents publics. Toutefois, nous ne pouvons nous prononcer à savoir si les services de médiation sont proportionnels à la taille de l'institution, allant selon elle, de pair avec les moyens financiers que les institutions

ont. En effet, nous avons visité plusieurs institutions, de tailles quelque peu diverses, où les organigrammes étaient peu ou très hiérarchisés, mais nous n'avons pas vu de confirmation de cette hypothèse.

### **11) Appropriation**

L'appropriation désigne l'acquisition de l'œuvre ou du lieu par la transmission de connaissance ou par des activités d'expérimentations. L'appropriation apparaît comme étant un bon moyen d'acquérir des connaissances. D'ailleurs, nous avons pu assister à plusieurs formes ou actions visant l'appropriation. Notons que cette fonction se réalise, la plupart du temps, par une ou des activités en lien direct avec ce que les visiteurs ont vu au préalable. En d'autres termes, à la suite d'une visite d'exposition, les gens sont invités à participer à une activité en lien avec des éléments présentés dans l'exposition. Il s'agit donc d'expérimenter afin de mieux saisir les connaissances. Dans le cas du tour patrimonial, les spectateurs sont invités, à quelques reprises, à jouer divers rôles. Cependant, il est utile de comprendre que leur collaboration n'est pas demandée à l'avance, ils se retrouvent dans l'action sans s'en rendre compte et sans avoir le temps de réagir et de décliner l'offre.

Dans le cas des musées, diverses activités d'expérimentations sont prévues. Certaines font parties du programme pédagogique scolaire. Quoi qu'il en soit, les visiteurs de tout âge y participent avec joie. Notons que ces activités prennent souvent plus de temps dans l'horaire que la visite. Ces activités permettent aussi, mais surtout, de faire siens des éléments qui nous sont externes et que nous ne comprenons ou ne savons pas nécessairement.

## **12) Gestion**

Cette fonction, plutôt administrative, est davantage observée chez le cofondateur et comédien, chez les médiateurs des Corporations de développement culturel et dans les cas où les médiateurs rencontrés avaient des postes plus élevés dans la hiérarchie organisationnelle.

Dans le cas du cofondateur et comédien, ses fonctions de gestion s'accomplissent à divers degrés tels que : les contrats avec l'Union des artistes, les paies des autres comédiens, mais aussi en s'assurant que le spectacle va bien, que tous les costumes et effets soient à la bonne place, au bon moment. Il doit également s'assurer que tous connaissent bien leur texte et s'occuper des horaires.

Dans le cas des médiateurs dans les Corporations de développement culturel, ils doivent s'occuper de la mise en place des activités et du bon roulement. Dans le cas des spectacles dans les parcs, le médiateur doit s'occuper des cachets des artistes, du fonctionnement et de s'assurer que la température permette que le spectacle ait lieu. Par contre, les guides n'ont pas à assumer cette fonction outre la gestion du temps des visites de groupe.

## **13) Promotion**

La promotion peut se faire par la diffusion, mais aussi par les actions mises en place telles que : les spectacles dans les parcs ou encore les œuvres sur les murs. L'accueil est aussi un bon moyen de faire la promotion de son institution, mais également de la culture, des musées, de l'histoire, du patrimoine, etc. Lorsque les visiteurs sont bien accueillis à un endroit, ils auront, espérons-le, peut-être envie

d'aller en visiter d'autres ou de revenir. Les institutions usent de moyens de promotion tels que la carte de membre donnant droit à des rabais dans la boutique, la publication d'un Journal intime d'un artiste et les plus répandues : le site internet et les produits dérivés.

#### **14) Conseil**

Cette fonction est davantage retrouvée dans les Corporations de développement culturel, surtout pour l'une des deux rencontrées. En effet, il arrive que les médiateurs des Corporations offrent des services-conseils. Plus explicitement, à diverses occasions telles que des congrès, des colloques ou des réunions les médiateurs parlent et expliquent ce qu'ils font et comment ils voient la médiation culturelle. D'ailleurs, un des répondants disait que tous ne comprennent pas et ne voient pas la médiation culturelle de la même manière. Dans le cas d'une des Corporations rencontrées, le poste de médiateur culturel découle de la Politique culturelle de la ville et de son plan d'action. À ce moment, le médiateur peut expliquer aux autres municipalités ce qui se passe dans sa réalité professionnelle. Il peut également cibler les enjeux préoccupants de sa municipalité afin de permettre aux autres de voir comment la médiation culturelle peut devenir un moyen efficace de subvenir à leurs propres besoins.

Dans un autre ordre d'idée, la fonction de conseil du médiateur culturel dans les Corporations, en région, peut être vue comme étant de trouver des moyens et des stratégies afin d'amener ou de garder la population. En d'autres termes, un des répondants affirmait, à propos de la pénurie de médecins en région, qu'il était important de concurrencer avec l'offre culturelle des grands centres afin de séduire et



d'attirer ces futurs citoyens désirés. Le médiateur peut alors conseiller les personnes concernées dans le déploiement de tactiques afin que ces gens veuillent bien venir résider en région.

### **15) Soutien**

Il existe divers de programmes de soutien. D'abord, certains médiateurs nous ont éclairés sur des programmes de soutien aux artistes qui font des activités ou ont des projets intégrateurs avec les jeunes. L'un des répondants expliquait un de ces programmes qui consiste en des subventions décernées sous appel de proposition. En fait, un artiste monte un dossier et propose un projet intégrateur pour des jeunes en difficultés. Il peut s'agir de jeunes décrocheurs ou délinquants et le projet vise à leur faire prendre conscience de leur potentiel et leur donner confiance en eux. Il est donc question de valorisation personnelle par la réalisation d'une œuvre avec un artiste.

Les politiques de soutien constituent une autre forme d'aide. Ces dernières ont un champ d'actions diversifiées. Les politiques de soutien peuvent aider des organismes, mais également des artistes. Néanmoins, les médiateurs estiment que de telles politiques permettent de baliser leur champ d'action. En fait, elles dictent ce qu'ils peuvent et ne peuvent pas faire, ce qu'elles incluent et ce qu'elles écartent.

Enfin, un des répondants nous a fait part de son souhait et de son intention de réaliser des programmes d'expositions itinérantes dans divers lieux de la région, mais aussi de faire connaître des artistes émergents. Notons que ce dernier aspect du soutien fait également partie de la diffusion et du développement, car il s'agit de « faire-connaître » des artistes et leur travail.

### **Notre modèle du processus de la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec**

Le modèle qui suit présente une interprétation schématisée que nous déduisons des résultats et de l'analyse des données. Notre modèle décortique le processus de la médiation culturelle ou de la situation telle que vue dans le cadre d'analyse. Rappelons-nous que le cadre d'analyse comportait trois types d'acteurs : le sujet (le visiteur), l'objet (le musée ou l'œuvre) et l'agent (le médiateur). Nous avons reproduit ce système. En effet, dans le haut du schéma, nous retrouvons l'institution et dans le bas, le public. Entre les deux se trouve le médiateur. Ce dernier utilise et occupe diverses fonctions et tâches, que nous retrouvons dans la figure des quinze fonctions.

Tout d'abord, le médiateur est un communicateur qui use de divers moyens de communication pour transmettre un message. Il peut ensuite s'agir soit d'une interprétation tout dépendamment du type de lieu et du message à transmettre, soit d'une animation ou davantage d'éducation. Ce niveau de fonctions correspond aux relations existantes dans la situation éducative de Legendre (1983), exposées dans le cadre d'analyse.

Dans un autre niveau, nous retrouvons les fonctions d'accessibilité, de diffusion et de développement. L'accessibilité, telle que nous l'avons expliquée, correspond à l'accessibilité des lieux et des œuvres, soit par une diffusion donc en faisant parvenir le message à un plus grand nombre possible de récepteurs (les publics). Pour ce faire, les médiateurs doivent également développer des stratégies et

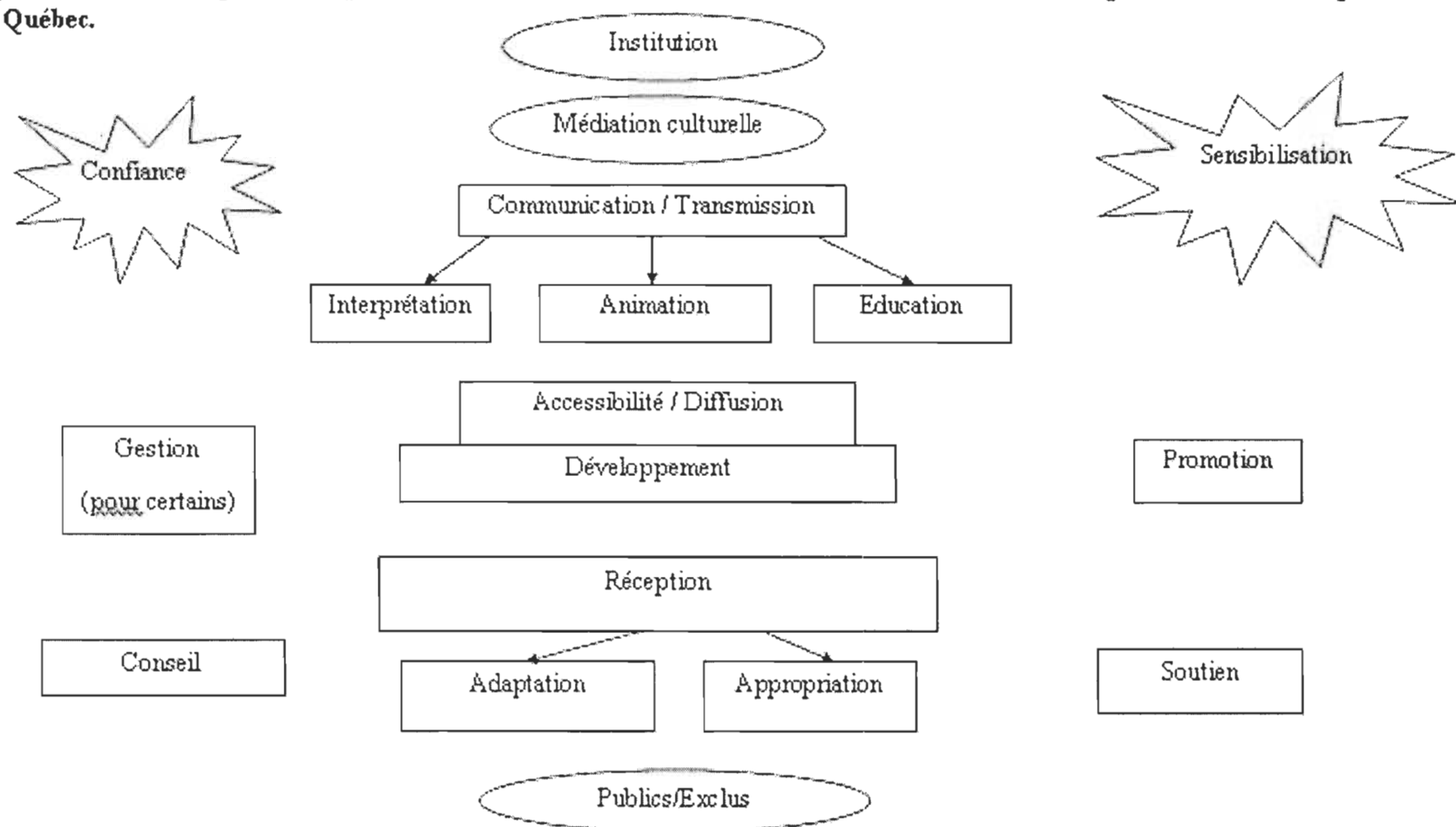
des activités afin de développer des groupes de visiteurs qu'ils n'ont pas dans leur lieu.

La manière dont le lieu ou les œuvres sont reçus chez les publics apparaît importante pour les médiateurs rencontrés. Pour atteindre leurs objectifs, ils adaptent leur discours, le contenu des expositions ou du message ainsi que l'espace physique des lieux selon les visiteurs présents. Des activités d'appropriation, sous forme d'expérimentation sont aussi utilisées fréquemment par l'ensemble des informateurs.

Certains informateurs, surtout ceux qui ont un poste régulier, jouent aussi un rôle de gestionnaires. Ils s'occupent de la formation des guides, de la programmation des activités, du développement des stratégies, etc. Les institutions visitées présentent également un volet de promotion. Celle-ci s'effectue plus indirectement en ce sens que l'information peut être retrouvée dans les dépliants ou dans les livres disponibles au comptoir de l'accueil du musée, bien qu'elle ait été préparée ou réfléchi par le médiateur.

Tel que nous l'avons vu précédemment, certains des informateurs doivent de surcroît jouer un rôle de conseiller en médiation culturelle. La situation est davantage vue dans le cas des Corporations de développement culturel. D'ailleurs, ce type d'institution, paramunicipale, est plus près des politiques. Elles peuvent donc jouer un rôle de soutien auprès des artistes et des autres acteurs sociocommunautaires.

Figure 6. Modèle interprétatif du processus de la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec.



Deux autres notions sont également présentes dans le processus de médiation culturelle : la confiance et la sensibilisation. Ces deux notions accompagnent les acteurs du processus tout au long de la situation de médiation et à travers les fonctions que le médiateur occupe.

### **Notion de confiance**

Tel que dit par Jean-Marie Lafortune :

« [...] la médiation culturelle fait appel à la création de liens entre les parties concernées et à l'harmonisation des exigences techniques, thématiques et scientifiques. Elle doit contribuer à créer un sentiment de confiance mutuelle qui favorise le travail et la reconnaissance des compétences de toutes les parties » (Lafortune, *Lien social et Politiques*, no 60, 2008, p. 52).

Les fonctions de réception et communication y sont donc liées. Les médiateurs ont tous discuté du lien de confiance qui existe entre eux et les visiteurs. Ces derniers entrent dans une zone de confiance lorsqu'une guide sait de quoi elle parle. Les médiateurs ont aussi ajouté l'importance afin d'établir le lien et assurer une fidélisation. En ce qui concerne une des Corporations de développement culturel, le médiateur expliquait que la confiance passe aussi par anonymat dans l'attribution et dans la distribution des billets gratuits. Tel que le définit Laurent Fleury :

« La confiance désigne une relation d'échange régie par une norme de réciprocité. Or, nous découvrons deux formes concrètes de la confiance. La première se noue entre l'individu et son correspondant : elle coïncide avec les formes personnelles d'un dispositif de promesse; la seconde s'établit entre l'individu et le [lieu] et caractérise des formes impersonnelles d'un même dispositif de promesse. Se situant aux antipodes du discours consumériste, cette pratique de mise en relation permet d'opérer une réappropriation du sens » (Fleury, *Lien social et Politiques*, no 60, 2008, p. 20).

Notons cependant que le contact direct avec le médiateur contribuerait au lien de confiance, selon Nathalie Montoya. Elle déclare que de cette manière « l'instauration d'une relation dite de confiance [est] éminemment plus engageante [que l'anonymat]. Cet engagement peut contribuer à transformer l'expérience de la visite, indissociable dans le cadre de ce dispositif, de la relation interpersonnelle qui a été établie » (Montoya, *Lien social et Politiques*, no 60, 2008, p. 28).

### **Notion de sensibilisation**

La sensibilisation est étroitement liée à la réception. En sensibilisant les visiteurs ou les exclus, on souhaite une augmentation de la fréquentation des lieux. Elle a trait également à conscientiser les milieux aux diverses problématiques de la non-fréquentation.

Un des répondants a aussi affirmé qu'il était nécessaire d'attirer l'attention des autres services municipaux à la médiation culturelle et à l'importance des institutions muséales et patrimoniales. Diverses raisons expliquent cette importance. Dans un premier temps, tel que mentionné précédemment, pour les médiateurs, la culture permet d'être un meilleur citoyen ainsi qu'un communautarisme en santé. Elle est aussi importante pour séduire les gens afin qu'ils viennent s'établir en région. Il faut les séduire avec les activités et ce qui se passe en région, il faut rivaliser avec les grands centres. La sensibilisation des guides a aussi été mentionnée. Pour qu'ils puissent faire vivre une expérience optimale et satisfaisante, ils doivent être sensibles à ce qui est présenté dans l'institution. Ce qui inclut également la sensibilisation face aux idées erronées ou faussées.

Tout cela amène une fidélisation et des retombées positives qui, selon Fleury, aurait un double impact :

« Le premier, de type normatif, se trouve à l'origine de transformations dans la fréquentation. Un second, plus cognitif, influence les modes de représentations de la relation de l'individu à l'art et structure les registres d'identification à l'institution » (Fleury, *Lien social et Politiques*, no 60, 2008, p. 21).

En d'autres termes, tel que nous l'avons présenté dans le chapitre des résultats, les médiateurs sont en mesure de croire que les moyens mis de l'avant procurent une fidélisation des visiteurs et permettent de démystifier et de rendre les lieux, les œuvres et les spectacles accessibles.

Toutefois, il apparaît difficile d'indiquer si les fonctions sont jouées de manières différentes selon l'activité ou l'action de manière globale dans les lieux étudiés. En fait, à la lumière des résultats et de leurs interprétations, nous reconnaissons que les fonctions sont rattachées et non pas indépendantes l'une de l'autre.

### **Deux logiques de la médiation culturelle : décentralisation et institutionnalisante.**

Précédemment, nous avons identifié le processus de médiation culturelle comme étant au cœur de deux logiques d'actions publiques émises par Lise Santerre : la démocratie culturelle et la démocratisation de la culture (Santerre dans Bellavance, 2000). Rappelons-nous que la démocratisation de la culture vise à « contrer les inégalités économiques et sociales d'accès [selon une volonté et un pouvoir de l'État afin d'assurer l'accessibilité à tous, aux institutions culturelles] » (Santerre dans

Bellavance, 2000, p. 48) et que la démocratie culturelle s'étend « aux traditions, au cadre et aux modes de vie [tout en reconnaissant la portée sociale de la culture] » (Idem).

Dans le même ordre d'idée, Jean-Marie Lafortune parlait quant à lui de médiation et de médiation culturelles. La première étant comprise comme étant plus proche du communautarisme où la présence du médiateur est plutôt effacée tandis que la médiation est davantage vue dans les institutions.

Maintenant que nous avons analysé les résultats, il nous apparaît que la médiation culturelle telle que nous l'avons étudié se retrouve bel et bien au cœur des deux logiques établies par Santerre, mais également qu'elle rejoint celles de Lafortune. En effet, à l'aide des répondants et de l'échantillonnage de l'étude, nous sommes à même de le constater. Nous ajouterons que la médiation culturelle se voit sous deux logiques qui se combinent et se complètent. D'une part, nous retrouvons une logique plutôt institutionnalisante et d'autre part, une autre plus décentralisante.

Dans un premier temps, la médiation culturelle prend son point de départ dans la volonté des institutions d'assurer l'accessibilité à un plus grand nombre possible de visiteurs. Ces derniers, pour toutes sortes de raisons, peuvent ne pas fréquenter ces lieux ou présenter une fréquentation assidue. Les moyens et les stratégies pour aller chercher ces publics peuvent être variés. Nous l'avons vu, certains vont mettre en place un système de billet ou d'entrée gratuits, sans pour autant que les contacts se fassent directement avec les gens défavorisés, préconisant plutôt un échange entre organismes culturels et communautaires. Il s'agit dans ce cas-ci de la médiation proposée par Lafortune. Pour nous, il s'agirait également de la logique



institutionnalisante, on veut amener les gens dans les lieux, dans les institutions. Puis, la présence du médiateur est, pour ainsi dire, absente aux yeux de la population ou des gens concernés par son action.

En ce qui a trait à la décentralisation de la médiation culturelle, il s'agirait plutôt d'aller aux devants des gens. Divers exemples sous-tendent cette logique telle que : les spectacles dans les parcs, les œuvres exposées sur les murs de la ville ou dans des lieux non traditionnels tels que la caserne de pompier, ou encore le tour patrimonial. Il ne s'agit plus ici d'amener les visiteurs à l'intérieur des murs des musées ou des institutions patrimoniales, c'est plutôt de s'imposer à eux ou même de venir les choquer dans leur quotidien.

## *Conclusion*

Cette recherche sur la médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales des régions du Québec permet de mieux la connaître et de mieux la comprendre, dans les régions étudiées, mais aussi dans les divers lieux et institutions visités. À l'aide de nos observations et de nos entretiens semi-directifs, nous avons atteint notre objectif de recherche. Les résultats et les interprétations l'ont démontré. En effet, rappelons l'éventail des quinze fonctions ainsi que le modèle du processus que nous avons formulé. Bien entendu, ce ne sont pas tous les médiateurs qui utilisent les mêmes stratégies à un même degré ou de la même manière. Plusieurs constantes émanent de l'étude : le souhait de développer de nouveaux publics, de rendre les lieux et la culture accessibles au plus grand nombre. Les spectacles ou la présentation d'œuvres dans le paysage quotidien des gens font aussi partie des stratégies mises de l'avant. Par contre, le livre d'or, outil de communication indirect entre le visiteur et le médiateur semble manquant dans certains lieux, les informateurs apparaissent conscients de cette absence et de son utilité.

À l'aide des résultats, les institutions muséales et patrimoniales peuvent observer ce qui se passe dans les autres lieux et ainsi améliorer ou développer des actions ou des idées afin de mieux accompagner les publics. Tel que nous l'avons souligné, les institutions visitées semblent se préoccuper davantage des publics présentant des problématiques de divers ordres en tenant moins compte d'autres publics tels que les adultes. Cette constatation pourrait, peut-être, faire réagir ou

conscientiser les dirigeants des institutions ou les médiateurs sur ces types de visiteurs quelque peu oubliés.

Il s'agirait maintenant de faire des études sur les autres régions que nous n'avons pu étudier, de manière à dresser un portrait plus global de la médiation culturelle « des régions du Québec ». Il pourrait aussi s'agir de faire des études sur des institutions de plus grande taille et de voir s'il y a des différences entre les petites, moyennes et grandes institutions. D'autres études pourraient s'attarder aux divers Tours patrimoniaux existants. D'autres pourraient s'intéresser à des comparaisons entre le Québec et la France et voir ce que chacun peut apporter à l'autre, étant donné qu'il semblerait que la médiation n'est pas comprise de la même manière, tel que nous l'avons décrit dans un chapitre précédent. Donc, chacune des études pourrait établir un modèle théorique, lequel serait modifié et amélioré au fur et à mesure que des études seraient élaborées, de manière à être apte à construire un modèle sur lequel les médiateurs s'appuieraient afin d'améliorer et de mieux cibler les actions à prendre. Ils pourraient ainsi améliorer les stratégies et les approches avec les visiteurs.

Les principales forces de l'étude consistent en l'échantillonnage varié et typique, mais aussi au large éventail des lieux et des institutions rencontrés. En effet, rappelons que nous avons visité des lieux patrimoniaux et muséaux tant religieux, historiques, d'interprétation que de beaux-arts, arts décoratifs, un tour patrimonial et deux Corporations de développement culturel. Bien qu'il ait été impossible de visiter toutes les régions du Québec, en raison de contraintes de temps et d'argent, cette étude a tenté de joindre le plus large éventail possible.

Une autre force réside dans la double collecte de données : observation et entretien semi-dirigé. Dans un premier temps, nous avons librement observé les lieux, les « médiateurs » et les interactions avec le public. À la suite de ces observations, nous avons ajouté des questions sur l'observation au guide d'entretien, ce qui a permis une meilleure compréhension et un échange plus complet avec les médiateurs, de manière à bien rejoindre le but de l'étude.

Cependant, notons que la surreprésentation de la région de la Mauricie constitue une faiblesse dans cette étude. Néanmoins, nous l'avons explicité plus tôt, la Mauricie est une région en plein essor au niveau de la culture et elle est une pionnière dans la médiation culturelle. Et puis, bien que nous ne puissions parler de généralisation des résultats, nous pouvons toutefois croire en une transférabilité possible. En effet, l'usage de la métamatrice a fait apparaître des constantes et quelques divergences dans les résultats. Les uns et les autres lieux peuvent s'enrichir mutuellement en ce qui a trait aux actions, aux activités et aux moyens mis en place. À l'aide des études élaborées auparavant dans d'autres types de lieux, nous sommes tentés de penser que les résultats que nous avons recueillis sont transférables à ces études et le contraire est aussi possible.

Nous constatons également que la confusion entre la fonction et la profession de médiateur culturel plane encore. En fait, la médiation culturelle comme profession semble plutôt éclatée, tel que nous l'avons vu avec les résultats de notre étude. Sa professionnalisation est difficile à cerner. Néanmoins, la communication doit la transcender. Nous pourrions nous demander si les institutions muséales et patrimoniales devaient se doter d'un service de médiation tel qu'il en existe pour

l'éducation et la conservation. De plus, à quel type de médiateur reviendrait la tâche dans les milieux en difficultés, tels que les ghettos : aux médiateurs interculturels, aux agents de développement communautaires ? Si l'on considère que le médiateur culturel retrouvé dans les Corporations de développement culturel dans les municipalités s'occupe des milieux défavorisés. Ne s'agirait-il pas de médiateurs interculturels ?

## *Références*

Allard, M. et Lefebvre, B. (Sous la direction de) (2000). *Musée, culture et éducation= Museum, culture and education*. Québec : MultiMondes.

Arborio, A.-M. et Fournier, P. (2005). *L'enquête et des méthodes. L'observation directe*. 2<sup>e</sup> éd. France : Armand Colin.

Baillargeon, J.-P. (2007). « Diversité culturelle, transmission de la culture, médiateurs culturels québécois et canadiens ». *Loisir & Société*, 29, 2, 553-570.

Beauvais, I. (2005). *La médiation culturelle de l'art contemporain dans un contexte de démocratisation de la culture*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.

Bellavance, G. (Sous la direction de avec la collaboration de). Santerre, L. et Boivin, M. (2000). *Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle? Deux logiques d'action publique*. Sainte-Foy : Les Éditions de l'IQRC.

Béra, M.-P. et Paris, E. (2007). *Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement*, dans Eidelman, J., Roustan, M. et Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française.

Bérardi, J.-C. (2000). *La médiation culturelle au musée: un nouveau regard sur les œuvres et les publics*, dans Allard, M. et Lefebvre, B. (Sous la direction) (2000). *Musée, culture et éducation= Museum, culture and education*, Québec : MultiMondes.

Bonnardot, D. (2003). *Le rôle de la médiation culturelle dans la perception de l'art chez les adolescents. Étude de cas au Musée d'art contemporain de Montréal*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.



Brisebois, M. (2003). *Programme de lutte contre l'exclusion culturelle*. Trois-Rivières : Corporation de développement culturel de Trois-Rivières.

Caillet, É. (avec la collaboration de Évelyne Lehalle) (1995). *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon.

Candito, N. et Miège, D. (2007). *Expérience de la visite et dispositifs participatifs. La place du corps dans la perception du propos de l'exposition*, dans Eidelman, J., Roustan, M. et Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française.

Caune, J. (1999). *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Davallon, J. (2004). *La médiation : la communication en procès?*, dans Thonon, M. (Sous la direction) (2004). *Médiations et médiateurs*, Paris : L'Harmattan.

De la Durantaye, M. (Mars 2007). *Le modèle systémique de la situation d'interprète-animateur-récréologue*, dans le cadre du cours Interprétation et animation culturelle (AEG 1025) au Baccalauréat en Loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières.

Donnat, O. (Sous la direction) (2003). *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris : La Documentation française.

Donnat, O. (1998). *Les pratiques culturelles des Français, Enquête 1997*, Paris : La Documentation française.

Donnat, O. (1994). *Les français face à la culture de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris : La découverte.

- Dorais, È. (2007). *La médiation de l'art actuel dans les centres d'artistes autogérés*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Dufrène, B. et Gellereau, M. (2004). *Qui sont les médiateurs culturels? Statuts, rôles et constructions d'images*, dans Thonon, M. (Sous la direction) (2004). *Médiations et médiateurs*. Paris : L'Harmattan.
- Dussault, N. (2005). *Parachute discours de médiation : étude de cas*. Mémoire de maîtrise en études des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Eidelman, J., Roustan, M. & Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*. Paris : La Documentation française.
- Fleury, L. (2008). « L'influence des dispositifs de médiation dans la structuration des pratiques culturelles. Le cas des correspondants du Centre Pompidou », *Lien social et Politiques*, 60, automne 2008, 13-24.
- Fontan, J.-M. et Quintas, È.(équipe éditoriale). (2007). *Cahiers de l'action culturelle. Regards croisés sur la médiation culturelle, Ateliers d'écriture et médiation culturelle*. Laboratoire d'animation et recherche culturelles. 6, 2. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Fortin, M.-F. (1996). *Les processus de la recherche : de la conception à la réalisation*, Montréal : Décarie.
- Julien-Casanova, F. (2004). *Comment la médiation culturelle. La pratique d'un mode-modèle et ses actualisations : les interventions de type conversationnel en présence directe*, dans Thonon, M. (Sous la direction) (2004). *Médiations et médiateurs*, Paris : L'Harmattan.
- Garon, R. (2004). *Déchiffrer la culture au Québec, 20 ans de pratiques culturelles*, Québec : Les publications du Québec.

- Gauthier, B. (Sous la direction). (2006). *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*. 4<sup>e</sup> éd. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gellereau, M. (2005). *Les mises en scènes de la visite guidée. Communication et médiation*, Paris : L'Harmattan.
- Goldstein, B. et Bogot, R. (2007). *Fréquentation et image des musées en France au début 2005*, dans Eidelman, J., Roustan, M. et Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française.
- Kaufmann, J.-C. (2007). *L'enquête et ses méthodes. L'entretien compréhensif*. 2<sup>e</sup> édition refondue. Paris : Armand Colin.
- Lacerte, S. (2004). *La médiation de l'art contemporain*. Thèse de doctorat études et pratiques des arts. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Lafortune, J.-M. (2008). « De la médiation à la médiacion : le double jeu du pouvoir culturel en animation », *Lien social et Politiques*, 60, automne 2008, 49-60.
- Lamizet, B. (1999). *La médiation culturelle*, Paris : L'Harmattan ; Montréal : L'Harmattan Inc.
- Lebihan-Youinou, B. et Jacob, L. (Sous la direction) (2007). « La médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques ». *Lien Social et Politiques*, 60, automne 2008.
- Legendre, R. (1983). *L'éducation totale*, Montréal : Les Éditions Ville-Marie Inc.
- Les Arts et la Ville. (2007). *Guide Pratique, médiation culturelle*. Québec : Les Arts et la Ville.

- Llaty, C., Brignazt, S. et Mariottini, J.-M. (2003). « Choisir » ses pratiques culturelles, *Une approche ethnologique*, dans Donnat, O. (Sous la direction) (2003). *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris : La Documentation française.
- Miles, M., B. et Huberman, A., M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. 2e éd. Paris: De Boeck.
- Montoya, N. (2008). « Médiation et médiateurs culturels : quelques problèmes de définition dans la construction d'une activité professionnelle », *Lien social et Politiques*, 60, automne 2008, p.25-35.
- Mucchielli, A. et R. (1969). *Lexique des sciences sociales*, Paris : Entreprise Moderne d'Édition et Éditions Sociales Françaises.
- O'Neil, M. C. (2007). *Chaque visite d'exposition est-elle une expérience unique? La réception de quatre expositions aux Galeries nationales du Grand Palais*, dans Eidelman, J., Roustan, M. et Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française.
- Poli, M.-S. et Houbart, D. (2007). *L'impact du discours muséographique sur les visiteurs de l'exposition « L'art Italien et la Metafisica. Le temps de la mélancolie 1912-1935, présentée au musée de Grenoble de mars à juin 2005 »*, dans Eidelman, J., Roustan, M. et Goldstein, B. (Sous la direction) (2007). *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française.
- Poupart, Deslauriers, Groulx, Laperrière, Mayer, Pires. (1997). *La recherche qualitative. Enjeux épistémologique et méthodologiques*. Montréal : Gaëtan Morin.
- Six, J.-F. (2003). *Les médiateurs*. Paris : Le Cavalier Bleu.
- Thonon, M. (Sous la direction) (2004). *Médiations et médiateurs*, Paris : L'Harmattan.

Université du Québec à Trois-Rivières. (2006). *Politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains*. Trois-Rivières : UQTR.

Van der Maren, J.-M. (1996). *Méthodes de recherche pour l'éducation*. 2<sup>e</sup> éd. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.

**Site Internet :**

Observatoire des musées, Société des musées québécois, <http://www.smq.qc.ca/mad/guidemusees/index.php>. Récupéré le 20 juin 2008.

## *APPENDICE A : Guide d'entretien*

## *Guide d'entretien semi-directif*

Par thèmes :

Thème : Description du métier :

1) Qui sont-ils? le titre occupé

*Petit historique, parcours. Comment en est arrivé à prendre le poste ou la fonction de médiateur? Où se situe dans l'organigramme du lieu? Êtes-vous embauché à titre de médiateur? Quel est votre titre? Comment vous percevez-vous, par exemple : animateur, guide, éducateur, etc.?*

2) Décrire les fonctions de médiateur

*Décrivez-moi vos fonctions, parlez-moi de ce que vous faites au quotidien, en quoi consiste votre métier? Où se situent les fonctions de médiations à travers toutes ses autres fonctions? Selon vous, quelles sont les tâches les plus importantes dans votre métier?*

3) Décrire les actions particulières à la médiation culturelle

*Quelles sont vos actions que vous entreprenez ayant trait à la médiation culturelle?*

Thème : relations et interactions avec le public :

4) Adaptation d'activités selon les groupes

*Mettez-vous en place des activités particulières selon les groupes ou les publics rencontrés? Activités qui s'adressent à tout le monde et autres spécifiques?*

5) Réactions du public par rapport à l'intervention

*Est-ce que les gens vous font des commentaires par rapport à ce que vous faites?*

6) Voir les retombées des activités : si gens reviennent, fidélisation, si amènent d'autres gens.

*Est-ce que vous pensez que ça l'a un impact? Impact sur gens, programmation, aménagement du site, gestions? Vos actions vous semblent-elles efficaces et pourquoi? Selon vous, est-ce que les activités mises en place provoquent des changements de comportements chez le public? Ces changements sont-ils observables? Comment l'évaluez-vous?*

7) Selon les observations

- *À prévoir selon ce qui aura été observé. Ils devront commenter et expliquer des éléments incontournables retrouvés lors des observations.*

Thème perception du métier et d'avenir :

8) Importance du métier

*Relations avec d'autres médiateurs? Échanges entre médiateurs ou les autres gens de l'endroit? Pensez-vous que votre métier est important au sein de*



*vosre institution? Comment le qualifierez-vous, par exemple : indispensable, nécessaire ou simplement utile?*

9) Perspectives d'avenir

*Comment entrevoyez-vous les perspectives d'avenir pour votre métier? Que pensez-vous de l'avenir de la médiation culturelle? Si vous vous projetez dans quelques années, comment voyez-vous votre institution, votre lieu de travail? Devrait-on être davantage à l'affût ou mettre davantage la médiation culturelle au sein même des priorités?*

*APPENDICE B : Fiche explicative et de consentement*

### *Fiche explicative de l'étude et du consentement*

**Titre de l'étude :** La médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales québécoises, un plan d'action à découvrir.

#### **Buts poursuivis**

Dans un premier temps, cette étude vise à décrire le métier de médiateur culturel mais aussi à comprendre les mécanismes de médiation culturelle utilisés dans les lieux muséaux et patrimoniaux québécois. Cette étude constitue la recherche du mémoire dans le cadre de la Maîtrise en Loisir, culture et tourisme de l'Université du Québec à Trois-Rivières.

L'importance de cette recherche réside dans le fait que nous en connaissons peu sur le sujet. Des études ont déjà été élaborées mais elles ne concernent que les grandes villes ou la région montréalaise. Généralement, ces études sont davantage orientées vers l'art contemporain ou actuel, s'intéressant peu à la problématique de l'art plus classique et vu en région. Notre étude tend à s'orienter à travers les régions du Québec et sur un type plus traditionnel ou classique.

#### **Déroulement de l'étude**

Afin de comprendre les mécanismes de médiation culturelle utilisés dans divers musées ou lieux patrimoniaux québécois, nous procéderons d'abord par observations libres lors d'activités dispensées en ces lieux. Ayant d'abord convenu d'une entrevue, les médiateurs culturels ou acteurs culturels observés en action avec les visiteurs seront appelés à répondre à diverses questions sur leur métier et sur les mécanismes utilisés afin de mieux comprendre et de bien cerner ce qu'ils font et comment ils le font. Ces entrevues semi-dirigées se dérouleront au cours de l'été 2008 et pourront s'étendre tout au long du mois de septembre 2008. Au minimum, une dizaine d'observations et d'entrevues seront menés.

#### **Membres de l'équipe et rôles**

Tel qu'indiqué précédemment, cette recherche en vue du mémoire s'inscrit dans le cadre d'une Maîtrise en loisir, culture et tourisme. Dans le cadre de cette étude, Monsieur Gilles Pronovost, professeur-chercheur au département d'Études en loisir, culture et tourisme de l'Université du Québec à Trois-Rivières agira en tant que directeur de recherche. Michel de la Durantaye, également professeur-chercheur au département d'Études en loisir, culture et tourisme de l'Université du Québec à Trois-Rivières, agira en tant que co-directeur. Moi-même, Caroline Legault, étudiante au programme et responsable de cette recherche.

### **Participation à l'étude**

La participation à ce projet consiste dans un premier temps à accorder à la responsable, Caroline Legault, la liberté de réaliser des observations libres au sein de votre institution muséale ou patrimoniale. Dans un deuxième temps, à la suite de ces observations, le médiateur culturel ou l'acteur culturel devra accorder un entretien d'une durée variant de trente minutes à un maximum de soixante minutes. L'entretien sera enregistré pour des fins d'étude. Ces entretiens ne seront écoutés que par la chercheuse-responsable, Caroline Legault. Des notes en seront prélevées et les éléments saillants seront retranscrits. La transcription pourra être retournée au participant afin qu'il puisse relire, et, au besoin, modifier, nuancer ou compléter des aspects qu'il juge incomplets. De plus, des précisions pourraient être demandées.

### **Liberté de participation**

Le choix de participer ou non à cette étude est entièrement libre et volontaire. Le participant peut se retirer en tout temps et sans aucun préjudice, sans devoir justifier sa décision.

### **Risques potentiels**

La participation à cette étude ne comporte aucun risque ou danger d'inconfort qui pourraient porter préjudice aux participants.

### **Avantages potentiels**

La participation à cette étude comporte l'avantage aux participants de mieux faire connaître ce qu'ils font et la manière dont ils le font. La participation à cette étude permet au participant un retour ou à tout le moins de prendre conscience de ce qu'il fait et permet un regard nouveau aux acteurs culturels ou s'intéressant à la culture. Les résultats peuvent ainsi permettre aux décideurs ou aux autres secteurs culturels, de loisir, de tourisme de mieux comprendre le processus de médiation culturelle.

### **Confidentialité des données**

Toutes les données recueillies durant cette étude sont traitées de façon confidentielle et le nom des participants n'est jamais inscrit dans la base de données. Les entretiens sont codés avec des pseudonymes et en aucun cas un participant peut y être associé personnellement. Par ailleurs, toute information susceptible de permettre l'identification d'un participant sera masquée. Je, Caroline Legault, serai la seule à écouter les enregistrements, qui seront gardés sous clé. De plus, au dépôt final du mémoire, les enregistrements seront détruits.

### **Compensation**

Aucune compensation financière ne peut être offerte dans le cadre de cette étude.

### **Approbation du comité d'éthique et procédures de plaintes**

Cette recherche est approuvée par le comité d'éthique de la recherche de l'Université du Québec à Trois-Rivières et un certificat portant le numéro CER-08-136-06.05 a

été émis le 22 mai 2008. Pour toute question ou plainte d'ordre éthique concernant cette recherche, vous devez communiquer avec la secrétaire du comité d'éthique de la recherche à l'Université du Québec à Trois-Rivières, par téléphone (819) 376-5011 poste 2136 ou par courrier électronique [CEREH@uqtr.ca](mailto:CEREH@uqtr.ca).

Caroline Legault

Étudiante à la Maîtrise en Loisir, culture et tourisme, UQTR.

## FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

### **La médiation culturelle dans les institutions muséales et patrimoniales québécoises, un plan d'action à découvrir.**

Je reconnais que les procédures de recherche décrites dans la lettre ci-jointe m'ont été expliquées et que l'on a répondu de façon satisfaisante à toutes mes questions. On m'a assuré que mon dossier sera conservé de façon confidentielle et aucune information ne sera publiée ou communiquée, incluant mon identité. On m'a aussi expliqué que seule la chercheuse, Caroline Legault, écouterait les enregistrements.

#### **Je comprends :**

- Les avantages liés à ma participation à cette étude ;
- Que j'ai le droit de poser maintenant et durant toute la durée de l'exercice toutes les questions sur l'exercice, les résultats ou les méthodes utilisées ;
- Que je suis libre à tout moment de me retirer de cet exercice sans aucun préjudice et justifications.

#### **Je consens par la présente à participer à cet exercice :**

Nom du participant : \_\_\_\_\_

Signature du participant : \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_

Nom de l'étudiante : \_\_\_\_\_

Signature de l'étudiante : \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_